

# Reflexões sobre o papel da mídia na construção do nationess: os casos da Telesur e da Al-Jazeera

## Considerations on the role of the media in the construction of nationess: the Telesur and Al-Jazeera cases

Silvia Nogueira\*

### Resumo

Este trabalho apresenta o papel dos meios de comunicação em processos de objetivação cultural. Para isso, são tomados como objetos de reflexão os casos das redes de comunicação Telesur e al-Jazeera. Assim, são abordados os objetivos e as estratégias adotadas pela Telesur e pela al-Jazeera para a construção midiática do que seria uma “identidade latino-americana”, no primeiro caso, e uma “identidade árabe”, no segundo. Simultaneamente, discutem-se como as redes tentam fazer com que as imagens veiculadas por elas ajudam a construir junto à opinião pública um “sentimento de estar em casa” (*nationess*) em relação àquelas identidades construídas midiaticamente.

**Palavras-chave:** Telesur. al-Jazeera. Redes de comunicação. Identidade cultural.

### Abstract

This work attempts to discuss the role of the media in cultural objectivation processes. In order to attain this aim, the media networks Telesur and al-Jazeera will be analyzed. Hence, the objectives and strategies Telesur and al-Jazeera adopted to build, through the media, an image of what would be a “Latin-American identity” in the first case, or an “Arabic identity” in the second one. Simultaneously, it is intended to discuss how these networks try to convey images that would help shaping in the public opinion a feeling of *nationess* in relation to those media-constructed identities.

**Keywords:** Telesur; Al-Jazeera. Communication networks. Cultural identity.

\* Silvia Garcia Nogueira é professora da Graduação e do Mestrado em Relações Internacionais da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), jornalista formada pela PUC-Rio, Mestre e Doutora em Antropologia pelo Museu Nacional/UF RJ. Vem desenvolvendo estudos que relacionam mídia, opinião pública e relações internacionais. Contato: snogueirari@gmail.com.

## Introdução

As interações sociais modernas, ou mesmo pós-modernas, ocorrem em algum nível no mundo atual por intermédio dos meios de comunicação de massa. A utilização da mídia massiva como veículo de transmissão de diversos conteúdos por distintos agentes sociais, em geral, objetiva a visibilidade de discursos, temáticas, valores e posicionamentos políticos na esfera pública, com impactos sobre a formação da opinião pública, em âmbitos nacionais e internacionais.

Embora a temática ainda esteja relegada à marginalidade no campo acadêmico das Relações Internacionais (Camargo 2009, Marinucci 2008, Faria 2008, Santoro 2006, Radenovic 2006, Burstein 2003, Soroka 2003), particularmente no que se refere a interpretações teóricas mais positivistas – que a tratam como um *soft power* –, perspectivas construtivistas que enfatizam a importância dos discursos ao lado de análises que consideram a mídia e a opinião pública como “forças profundas” da sociedade começam a lhe dedicar atenção.

Nesse sentido, os papéis desempenhados pela mídia e pela opinião pública nas Relações Internacionais vêm ganhando destaque no campo da Comunicação Internacional, particularmente no que se refere à sua influência em formulações de políticas externas, ao construir um ambiente social em que tais políticas são formuladas e empreendidas. Assim, os discursos midiáticos, políticos, diplomáticos, empresariais, militares e acadêmicos são essenciais na construção de representações coletivas internas e externas sobre um Estado, e a identidade nacional a ele relacionado.

Como observado por Faria (2008, 84), sobre a relação entre opinião pública e a Política Externa Brasileira, apesar da tendência tradicional ao insulamento da formulação da política externa do país no Executivo – seguindo um padrão *top down* –, atualmente, há uma “maior porosidade do processo de produção da PEB”, com a participação de novos atores, produzindo um efeito *bottom up*.

Aceitando-se, então, que o relacionamento com a mídia é uma marca da interação social moderna (Thompson 1998), os meios de comunicação de massa podem ser entendidos como importantes agentes sociais envolvidos em processos de construções cognitivas coletivas, uma vez que veiculam em larga escala discursos interessados. Para Adler (1999), as ideias novas ou modificadas precisam ser comunicadas e difundidas para se transformarem em causas políticas, já que os fatos institucionais surgem coletivamente tanto de processos de socialização, que envolvem a difusão de significados de país a país, quanto de processos políticos e diplomáticos.

A influência dos meios de comunicação de massa sobre a opinião pública vem sendo objeto de estudo de vários teóricos do campo da comunicação, e também, em menor proporção, do campo das ciências sociais. Em geral, as análises tendem a enfatizar o caráter “manipulador” da mídia. Neste trabalho, propõe-se fugir dessa espécie de pressuposto, em uma tentativa de discussão sobre o papel dos meios de comunicação em processos de objetivação cultural. Para isso, são tomados como objetos de reflexão os casos das redes de comunicação Telesur (América Latina) e al-Jazeera (Oriente Médio). Apesar de se tratarem de experiências distintas referidas a situações culturais singulares, tenta-se realizar uma análise comparativa a partir das ideias compartilhadas pelas redes de que: a) os Estados Unidos não servem como “modelo” político ou cultural; e b) os meios de comunicação locais ou regionais devem apresentar versões nativas sobre os acontecimentos,

fazendo frente às grandes cadeias de comunicação (CNN, por exemplo), que tendem a apresentar o “mundo latino” ou o “mundo árabe” de maneira etnocêntrica e preconceituosa.

Assim, busca-se discutir e estimular reflexões sobre os objetivos e as estratégias adotadas pela Telesur e pela al-Jazeera para a construção midiática do que seria uma “identidade latino-americana”, no primeiro caso, e uma “identidade árabe”, no segundo. Simultaneamente, examina-se o modo como as redes tentam fazer com que a imagem veiculada por elas ajuda a construir junto à opinião pública de referência um “sentimento de estar em casa” (*nationess*) em relação àquelas identidades construídas midiaticamente.

## Telesur e al-Jazeera versus CNN

Nos anos de 1980, uma das características da América Latina no campo da comunicação de massa era uma forte presença de veículos e redes estrangeiras. Produtores de discursos relativamente unificados, esses meios de comunicação tornam-se importantes para a legitimação do imperialismo cultural – poderíamos acrescentar, ainda, político e econômico também – e para o processo consumista, conforme a visão de Guareschi (2001).

Na atualidade, a tendência latino-americana vem sendo o surgimento de veículos de comunicação mais “localizados”, com atuação a partir de parâmetros regionais ou locais para a produção de discursos próprios e divulgação de conteúdos sob perspectivas com características êmicas, ou seja, com visões internas ao grupo. Além de rádios, jornais e televisões comunitárias – e, claro, da internet –, pode-se perceber iniciativas de implementação de veículos e redes de comunicação públicas comprometidas com a transmissão de conteúdos relacionados pela diversidade cultural regional, e também doméstica, servindo explicitamente como alternativa à visão externa dos veículos e redes estrangeiras.

Nessa direção, as redes de comunicação Telesur (América Latina) e al-Jazeera (Oriente Médio) vêm construindo uma espécie de imagem de si junto à opinião pública doméstica ou internacional como veículos relacionados a identidades culturais específicas, em lugar de apresentarem-se como imparciais e desprovidas de perspectivas sociais bem marcadas.

No caso da rede latino-americana, o compromisso explicitado por sua linha editorial e seu discurso institucional está ligado ao projeto bolivariano de integração regional e possibilidade de veiculação da “pluralidade de vozes” que expressam a diversidade cultural da região. Para a rede do Qatar, o compromisso assumido está diretamente ligado à esfera pública do mundo árabe – entendido tanto em suas semelhanças quanto em sua diversidade cultural –, guiada menos por uma ótica política-partidária específica do que por uma afirmação de identidade singular e diferente do que pode ser entendido como “o mundo ocidental”.

Para ambas, o contraponto dos enfoques dados aos acontecimentos é a mídia norte-americana e as abordagens que produz sobre a América Latina (Telesur) e o “mundo árabe” (al-Jazeera). Justamente pelo compartilhamento de uma experiência e um sentimento semelhante frente ao que a Telesur classifica de “imperialismo midiático”, as redes estabeleceram entre si uma parceria de cooperação técnica e intercâmbio de programas e profissionais.

Em nível internacional, cada uma a seu modo defende a possibilidade de veiculação de informações e conteúdos específicos originados em uma perspectiva êmica para que visões de

mundo singulares possam concorrer com aquelas formadas pelas grandes cadeias de comunicação, como a CNN, por exemplo. Nesse sentido, a opinião pública teria acesso a representações sobre a América Latina em sua própria perspectiva e o “mundo árabe” não seria composto somente por “terroristas” e “fundamentalistas islâmicos”.

## A Telesur

Com sede na Venezuela, a Telesur é uma sociedade multiestatal formada pela Venezuela (com maior participação), Argentina, Cuba, Uruguai e Bolívia, que tem como função social – segundo seus idealizadores – estar a serviço da integração das nações e povos da América Latina e Caribe. Com transmissão inaugural no dia do aniversário de Simon Bolívar (24 de julho de 2005), o propósito inicial seria revelar a “alma desses povos”, constituindo-se em uma iniciativa de resistência regional ao “imperialismo cultural” que sempre foi dominante – uma alusão à hegemonia midiática norte-americana.

Com correspondentes em várias cidades latino-americanas, é bilíngue (espanhol e português) e transmitida em televisões comunitárias ou não do Brasil, Cuba, Colômbia, Argentina, Uruguai, entre outras, e pode ser acessada pelo site <http://www.telesurtv.net>. Possui mais de 30 parcerias com emissoras distintas. O conselho consultor é integrado por intelectuais latino-americanos e internacionais de prestígio.

A criação da Telesur insere-se em um cenário internacional de disputa entre possibilidades de veiculações de discursos ligados ao que se convencionou chamar de “Norte” ou “Sul”, compreendidos em seus vários significados (econômicos, políticos, simbólicos). Operando explicitamente em favor do “Sul”, nesse caso representado pela América Latina e Caribe, em oposição ao Norte (representado pelos Estados Unidos), a rede possui objetivos “anti-imperialistas” e “contra-hegemônicos” ligados a um projeto político identificado com ideais bolivarianos. Entre eles, a integração latino-americana e o fortalecimento de uma identidade regional – cuja característica mais marcante é o pluralismo cultural – frente ao que é classificado por seus idealizadores como o “imperialismo norte-americano”.

Idealizada pelo presidente venezuelano Hugo Chávez, desde antes de sua inauguração, a Telesur foi duramente criticada pelo governo americano, sendo comparada à al-Jazeera, “rede terrorista”, segundo a visão norte-americana oficial. Para seus idealizadores, o objetivo é representar-se como uma alternativa ao discurso único das grandes cadeias informativas, apresentando uma pluralidade de vozes e constituindo-se como um ponto de encontro, um espaço para se (re)conhecer, se compreender e se integrar<sup>1</sup>.

## A al-Jazeera

Se a oposição Norte-Sul marca a inserção da Telesur no campo midiático e simbólico internacional, para a rede de comunicação al-Jazeera, o par de oposição que marca sua identidade

1 Essas ideias foram expressas em vários momentos em discursos, reportagens e entrevistas na ocasião da inauguração da rede veiculadas nos sites <http://www.mercosur.org.uy>; <http://www.alternativabolivariana.org> e <http://www.overmelho.org.br>. Além disso, a Telesur foi apresentada ainda em outro artigo (Nogueira 2009).

é Ocidente-Oriente. Fundada em novembro de 1996, a rede do Qatar tem cobertura internacional e possui sucursais espalhadas pelo mundo. Além de transmitida via satélite, em árabe e inglês, possui website também bilíngue. O canal de notícias em inglês foi lançado oficialmente em 2006, com o objetivo de apresentar o Oriente Médio sob a visão árabe. Um ano antes, a rede lançava o Jazeera Children Channel (JCC), voltado para crianças. Ainda em 2005, a al-Jazeera ganhava o *Index on Censorship*, concedido por um grupo britânico formado por jornalistas com boa reputação, isto é, considerados assim por terem fama de divulgarem notícias confiáveis e por sua resistência à censura.

Com oposição e concorrência da mídia relacionada tanto ao regime radical islâmico da Arábia Saudita quanto da mídia norte-americana hegemônica, principalmente a partir de 2004, a al-Jazeera possui índices de audiência internacional altíssimos, que engloba receptores do próprio mundo árabe e imigrantes residindo em outras regiões, em particular, na Europa.

Comprometida com a esfera pública do mundo árabe, com o “sofrimento do povo árabe”, segundo Lynch (2006), e não com os partidos ou regimes políticos específicos, sua principal missão tem sido a de fortalecer midiaticamente o que é entendido como uma identidade cultural específica do mundo árabe. Como observa o autor, que fez pesquisa *in loco* para atender aos anseios da nova esfera pública árabe – crítica tanto em relação ao modelo político e cultural norte-americano quanto ao modelo ditatorial de regimes totalitários mulçumanos –, a rede sempre procurou levar ao seu público uma pluralidade de perspectivas em relação a diversos assuntos, em especial, em seus *talk-shows*, constituindo o que pode ser entendido como uma “imagem do múltiplo” (Lynch 2006, 34).

Tendo como foco o compartilhado e não o local, e comprometida tanto com a “identidade cultural árabe” quanto com parâmetros comerciais de concorrência do campo midiático, a al-Jazeera, desde 1998, vem se constituindo como a “voz do mundo árabe” (Lynch 2006, 13), posicionando-se contra o “autoritarismo do *status quo*” (Lynch 2006, 249), seja este compreendido em suas dimensões locais ou internacionais.

## Mídia, *nationness* e objetivação cultural

Trazendo essa discussão para um campo teórico mais amplo de identidades nacionais ou regionais, construindo-se na relação de umas com as outras, é preciso lembrar, tal como o fez Verdery (2000), que o sistema internacional deve ser entendido como uma espécie de sistema de classificação social relativo aos Estados-Nacionais ou nações<sup>2</sup>. Supondo-se que, ainda de acordo com a autora, “as nações, assim como os indivíduos, tenham identidades, amiúde baseadas no chamado caráter nacional” (Verdery 2000, 242), a identidade nacional existe em dois níveis: no sentimento do “eu” do indivíduo como nacional e na identidade do todo coletivo em relação aos outros da mesma espécie.

2 “Os sistemas de classificação social não fazem apenas classificar; na forma institucionalizada, também estabelecem as bases da autoridade e da legitimidade através das categorias que estipulam; fazem suas categorias parecerem naturais e socialmente reais. A nação, portanto, é um aspecto da ordem política e simbólica-ideológica, bem como do mundo da interação e dos afetos sociais. Ela tem sido um elemento importante dos sistemas de classificação social há muitos séculos. (...) No período moderno, a nação tornou-se um símbolo potente e uma base de classificação num sistema internacional de Estados Nacionais. Ela dá nome à relação entre os Estados e seus súditos e entre um Estado e os demais; é um constructo ideológico essencial para conferir posições ao sujeito no Estado moderno, assim como na ordem internacional” (Verdery 2000, 239-240).

Sobre isso, Verdery (2000, 242) problematiza a questão do seguinte modo: “como se desenvolve o sentimento do ‘eu’ como nacional?”. Para ela, que entende a pergunta como relativa ao problema das subjetividades nacionais – “no plural, pois não podemos presumir que haja apenas uma forma de nos experimentarmos como nacionais” (Verdery 2000, 242) –, há uma diferença entre nacionalismo e nacionalidade (*nationness*)<sup>3</sup>. O primeiro refere-se aos sentimentos conscientes que tomam a nação como um objeto de devoção ativa, e o segundo, às interações e práticas cotidianas que produzem um sentimento intrínseco, frequentemente não articulado de pertencer, de estar em casa<sup>4</sup>.

Frente a essa questão, Verdery (2000) ressalta ainda que a nação (como símbolo) legitima numerosos atos e movimentos sociais, muitas vezes, dotados de objetivos diversos, e que, como todos os símbolos, possui sentido ambíguo. Assim, as pessoas que a utilizam de distintas maneiras podem mobilizar grupos díspares (internos e internacionais), que imaginam estar compreendendo uma mesma coisa através dela. Em outro sentido, seu uso evoca sentimentos e disposições formados em relação a ela através de períodos da chamada construção nacional.

Sendo assim, o discurso nacionalista pode ser homogeneizador, diferenciador ou classificatório, uma vez que dirige seu apelo a pessoas que supostamente têm coisas em comum, em contraste com pessoas que se acredita não terem ligação mútua. “Nos nacionalismos modernos, entre as coisas mais importantes a ter em comum figuram certas formas de cultura e tradição, além de uma história específica” (Verdery 2000, 240).

Embora o referencial da discussão empreendida por Verdery (2000) diga respeito ao que podemos chamar de âmbito nacional, entendendo-a como uma questão de construção de fronteiras socioculturais que separam “quem somos nós” de “quem são eles”, é possível trazer o debate para o tema da construção de identidades regionais, que, em princípio, se constituiriam contrastivamente em relação a outras identidades de mesmo tipo. Na ótica da Telesur, o fortalecimento da identidade latino-americana se opõe ao “imperialismo norte-americano”; a veiculação da “pluralidade de vozes” da América Latina contrasta com “o discurso único das grandes cadeias de comunicação”.

No caso da al-Jazeera, ao longo de sua história – que se confunde com a própria transformação da esfera pública árabe –, a disputa inicial pelas diversas construções do que seria o mundo árabe por países como Arábia Saudita, Líbia, Síria, Egito, entre outros, por meio dos meios de comunicação de massa, com a incidência de conflitos e invasões por forças “ocidentais” em território “árabe”, foi sendo construída socialmente uma determinada uniformidade do “mundo árabe”. No nível doméstico, regimes políticos autoritários também estavam na mira da oposição da esfera pública árabe, composta por habitantes locais ou imigrantes vivendo em outras regiões. A rede tornou-se, então, a principal voz dessa identidade compartilhada e construída pela oposição ao modelo norte-americano, ocidental, e por modelos políticos totalitários e autoritários.

Caberia uma pergunta: de que modo a identidade latino-americana ou a identidade árabe, que aparentemente pertencem ao nível das representações sociais (como os atores sociais se veem e são vistos), se concretizam em “realidades”? Trata-se de uma pergunta equivocada,

<sup>3</sup> Essa diferença é estabelecida pelo antropólogo John Boreman (citado por Verdery 2000, 242).

<sup>4</sup> Bauman (2005, 20), porém, possui uma leitura particular a esse respeito: “Pode-se até começar a sentir-se *chez-soi*, ‘em casa’, em qualquer lugar – mas o preço a ser pago é a aceitação de que em lugar algum se vai estar total e plenamente em casa”.

uma armadilha teórica que pressupõe uma análise dicotômica das coisas, que separa fatos e concepções, comportamentos e representações. Como lembram Goldman e Neiburg (1996), a respeito das teorias de caráter nacional – mas que pode referir-se a outros conjuntos de teorias –, se elas não são certamente a “expressão” direta de uma “realidade”, tampouco são sua pura deformação ou falsificação. São, antes, “discursos simultaneamente descritivos e normativos que, através de sua circulação social, tendem a funcionar como estruturas performativas, sintetizando, difundindo e, no limite, criando seus próprios referentes” (Goldman e Neiburg 1996, 25).

Se aceitamos o efeito descritivo e performativo dos enunciados discursivos, a produção de discursos é uma das maneiras de estabelecimento do que pode ser entendido como um processo de objetivação cultural. O conceito de cultura aqui inclui tanto aspectos simbólicos quanto materiais relativos a um grupo social. Mas tais discursos não são desinteressados. Para Foucault (1996, 10), “o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nós queremos apoderar”. Portanto, não serve apenas para profetizar um futuro, mas para suscitar a adesão da sociedade, contribuindo para a realização dessa profecia (Larangeira, Rizzotto e Rodrigues 2007).

Não surpreende, então, o fato apontado por Hroch (2000) de que o crescimento dos movimentos nacionais tenha caminhado de mãos dadas com o avanço da comunicação e da mobilidade social, processos inseridos numa transformação mais geral da sociedade. Também não chega a ser uma novidade o papel dos meios de comunicação de massa – como um agente produtor de discursos em grande escala – em processos de “modernização” e “desenvolvimento”<sup>5</sup> de países da América Latina, inseridos em um sistema internacional de hierarquização entre regiões<sup>6</sup>.

Na verdade, a importância dos meios de comunicação de massa como agentes envolvidos em processos de objetivação cultural já fora detectado por Anderson (1989, 2002) em relação ao período de formação dos Estados-Nacionais. Cunhando as expressões “capitalismo de imprensa” ou “capitalismo editorial”, o autor enfatiza que o que tornou imagináveis as novas comunidades foi uma interação entre um sistema de produção e de relações produtivas (capitalismo), uma tecnologia de comunicações (a imprensa) e a fatalidade da diversidade linguística do homem. Para “agrupar” tal variedade de línguas correlatas, foram criadas línguas impressas, mecanicamente produzidas, passíveis de disseminação pelo mercado. Tinha-se, aí, uma estratégia aplicada para a promoção de uma homogeneização sociocultural.

O caso da al-Jazeera também é exemplar. Como analisa Lynch (2006), a veiculação de uma variedade de conteúdos e enfoques pela rede antes de 11 de setembro, particularmente em *talk-shows*, mostrando uma pluralidade de possibilidades políticas e culturais para a região árabe, e depois dessa data, o fortalecimento de um posicionamento de diferenciação e recusa ao modelo norte-americano de sociedade fez da rede um importante agente construtor do que seria o “mundo árabe” para a opinião pública árabe.

5 A utilização de aspas para os termos “modernização” e “desenvolvimento” significa que estão sendo utilizadas categorias geralmente empregadas no contexto internacional, sem que com isso não se perca de vista o caráter problemático e passível de reflexão crítica que os termos engendram em sua dimensão concreta, ou seja, em uma estrutura de poder internacional compartilhada.

6 Essa questão vem sendo discutida e problematizada por pesquisadores como Schramm (1966), Guareschi (2001) e Martin-Barbero (1987, 2006).

Desse modo, tanto no caso da rede do Qatar quanto no da Telesur, é preciso lembrar que os efeitos causados pelos discursos, como Charaudeau (2006) ressalta, resultam da combinação das circunstâncias em que se fala ou escreve (a identidade daquele que fala e daquele a quem este se dirige, a relação de intencionalidade que os liga e as condições físicas da troca) com a maneira pela qual se fala. Para entender melhor ambos os casos, é preciso, então, no âmbito da informação, “interrogar sobre a *mecânica de construção* do sentido, sobre a *natureza do saber* que é transmitido e sobre o *efeito de verdade* que pode produzir no receptor” (Charaudeau 2006, 40). O autor aponta também que esse sentido é construído por um duplo processo de semiotização: o de transformação e o de transação:

o ato de informar inscreve-se nesse processo [de transformação] porque deve *descrever* (identificar-qualificar fatos), *contar* (reportar acontecimentos), *explicar* (fornecer as causas desses fatos e acontecimentos). [...] O ato de informar participa desse processo [de transação], fazendo circular entre os parceiros um objeto de saber que, em princípio, um possui e o outro não, estando um deles encarregado de transmitir e o outro de receber, compreender, interpretar, sofrendo ao mesmo tempo uma modificação com relação a seu estado inicial de conhecimento. [...] É o processo de transação que comanda o processo de transformação e não o inverso (Charaudeau 2006, 41).

## Considerações finais

Antes mesmo de sua inauguração, a Telesur foi comparada a al-Jazeera pelo governo americano, ambas classificadas como “redes terroristas”. Em sentido contrário, tanto uma como a outra, por sua vez, compartilham um referencial de oposição comum – os EUA – e pretendem oferecer a seus públicos possibilidades de veiculação de informações produzidas local ou regionalmente, expressando visões de mundo particulares, em vez de reproduzirem discursos externos sobre eles próprios. Tal afinidade de posicionamento em um sistema internacional hierarquizado não somente em sua dimensão política, mas também no que se refere ao campo midiático, permite entender melhor o contexto no qual um acordo de intercâmbio técnico e de parceria entre a Telesur e a al-Jazeera foi firmado.

No que se refere à cobertura dos assuntos tratados, a aproximação entre ambas também fica evidente em relação ao posicionamento político frente às polaridades Norte-Sul e Ocidente-Oriente. Assim como a al-Jazeera, por exemplo, a Telesur, durante o mês de janeiro de 2009, dedicou grande parte de suas notícias à guerra e aos conflitos na faixa de Gaza. Nelas, critica Israel e chama a atenção para sua relação com os EUA, em manchetes como “Estados Unidos se ha convertido em el principal padrino de Israel” e “ONU denuncia que ofensiva israelí viola derechos de los niños”. Outro tema de destaque vem sendo a política do presidente americano Barack Obama, em geral, contendo críticas a ele e a seu governo no que tange às regiões (América Latina e Oriente Médio) e temáticas regionais específicas a cada uma delas.

A força da opinião pública, sua relação com os meios de comunicação de massa e o impacto que causa sobre ao campo político é evidente, como já analisado por Champagne (1988, 1990). No entanto, o jogo, os atores e as combinações de resultados possíveis gerados pela interação entre os agentes envolvidos variam em cada caso. No que se refere ao modo como a opinião

pública árabe afeta a política internacional, Lynch (2006) aponta três caminhos: por meio da mudança dos cálculos estratégicos de políticos racionais; por meio do modelamento (*shaping*) de visões de mundo; e pela transformação de identidades.

Sendo assim, pensando em um sentido “para dentro”, Telesur e al-Jazeera objetivam em vários níveis a criação e o fortalecimento de um sentimento de *nationness* compartilhado por seu público, mesmo quando esse público “latino” e “árabe” não está ocupando territorialmente a América Latina ou o Oriente Médio. Nessa perspectiva, em sentido “para fora”, as redes representam-se como veiculadoras de discursos anti-hegemônicos frente aos Estados Unidos, entendido como opositor quanto a políticas internacionais, modelo sociopolítico, identidade cultural e transmissão de informações. Ambas apresentam-se, desse modo, como fortes alternativas diante de formulações padronizadas de visões de mundo, abrindo espaço para a veiculação da especificidade latino-americana, no caso da Telesur, ou constituindo-se como a “voz do mundo árabe”, representando “o sofrimento do povo árabe”, no caso da al-Jazeera.

## Referências

aljazeera. Disponível em: <<http://www.aljazeera.net>>.

Anderson, B. *L'Imaginaire National. Réflexions sur l'Origine et l'Essor du Nationalisme*. Paris: La Découverte, 2002.

Anderson, B. *Nação e Consciência Nacional*. São Paulo: Ática, 1989.

Bauman, Z. *Identidade. Entrevista a Benedetto Vecchi*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

Burstein, Paul. “The impact of public opinion on public policy: a review and an agenda.” *Political Research Quarterly*, v. 56, no. 1, 2003: 29-40.

Camargo, Julia Faria. *Mídia e Relações Internacionais. Lições da invasão do Iraque 2003*. Curitiba: Juruá Editora, 2009.

Champagne, P. *Faire L'Opinion. Le Nouveau Jeu Politique*. Paris: Les Éditions de Minuit, 1990.

Champagne, P. “Le Cercle Politique. Usages Sociaux des Sondages et Nouvel Espace Politique.” *Actes de La Recherche en Sciences Sociales*, v. 71/72, 1988: 71-97.

Charaudeau, P. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.

Faria, Carlos Aurélio Pimenta. “Opinião pública e política externa: insulamento, politização e reforma na produção da política exterior do Brasil.” *Revista Brasileira de Política Internacional*, v. 51, no. 2, 2008: 80-97.

Foucault, M. *A Ordem do Discurso*. São Paulo: Editora Loyola, 1996.

Goldman, M., F. Neiburg. “Teoria Antropológica, Política e Ética nos Estudos de Caráter Nacional.” *XX Reunião da Associação Brasileira de Antropologia* (Salvador), 14-18 abr 1996.

Goldman, M., F. Neiburg. “Anthropology and Politics in Studies of National Character.” *Cultural Anthropology*, v. 13, no. 1, 1998: 56-81.

Guareschi, Pedrinho A. *Comunicação e Poder. A Presença e o Papel dos Meios de Comunicação de Massa Estrangeiros na América Latina*. Petrópolis: Vozes, 2001.

Hroch, M. "Do Movimento Nacional à Nação Plenamente Formada: O Processo de Construção Nacional na Europa." *Um Mapa da Questão Nacional*. Editado por G. Balakrishnan. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000: 85-105.

Laranger, A. N., C. C. Rizzotto e E. Rodrigues. "A Novilingua Bolivariana – uma linguagem apropriada para a estratégia político-midiática de Hugo Chávez." *E-Compós. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, v.10, 2007. Disponível em: <<http://www.compos.org.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/203/204>>.

Lynch, M. *Voices of the New Arab Public. Iraq, al-Jazeera, and Middle East Politics Today*. New York: Columbia University Press, 2006.

Marinucci, Raquel Boing. "Relações Internacionais e mídia." *Univ. Rel. Int. Brasília*, v.6, no.1, 2008: 43-52. Disponível em: <<http://www.publicacoesacademicas.uniceub.br/index.php/relacoesinternacionais/article/viewFile>>.

Martin-Barbero, Jesus. "Projetos de Modernidade na América Latina". *América Latina Hoje, Conceitos e Interpretações*. Editado por J. M. Domingues e M. Maneiro. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

Martin-Barbero, Jesus. "Modernidad y massmediación em América Latina." *De los Medios a las Mediaciones*. México: G. Gili, 1987.

Nogueira, Silvia Garcia. "A 'identidade latino-americana' e a integração regional: o projeto da rede de comunicação Telesur." *Carta Internacional*, v. 4, no.1, 2009: 7-14.

Radenovic, Milan Rados. "Opinião pública mundial: formar ou manipular." *Revista Prisma.Com*, no. 2, 2006: 93-121. Disponível em:< [http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/7\\_opinioao\\_publica\\_mundial\\_milan\\_rados.pdf](http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/7_opinioao_publica_mundial_milan_rados.pdf)>.

Santoro, Mauricio. "Sociedade brasileira, opinião pública e operações multinacionais." ECEME, 2006: 1-11. Disponível em: <[http://www.eceme.ensino.eb.br/portalcee/arquivos/prof\\_mauricio\\_sociedade\\_brasileira\\_operacoes\\_multinacionais.pdf](http://www.eceme.ensino.eb.br/portalcee/arquivos/prof_mauricio_sociedade_brasileira_operacoes_multinacionais.pdf)>.

Schramm, W. *Mass Media and National Development*. Stanford: Stanford University Press, 1966.

Soroka, Stuart N. "Media, public opinion, and foreign policy." *Press/Politics*, v. 8, no. 1, 2003: 27-48.

Telesur. La Señal Informativa de América Latina. Disponível em: <<http://www.telesurtv.net>>.

Thompson, John B. *A Mídia e a Modernidade. Uma Teoria Social da Mídia*. Petrópolis: Vozes, 1998.

Verdery, K. "Para onde Vão 'Nação' e 'Nacionalismo'?" *Um Mapa da Questão Nacional*. Editado por G. Balakrishnan. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000: 239-247.