



NATÁLIA DUARTE DE ABREU

**A DISSEMINAÇÃO DO *SOFT POWER* NORTE-AMERICANO ATRAVÉS DA
TELEVISÃO**

Brasília - DF

2010

NATÁLIA DUARTE DE ABREU

**A DISSEMINAÇÃO DO *SOFT POWER* NORTE-AMERICANO ATRAVÉS DA
TELEVISÃO**

Monografia apresentada como requisito para
conclusão do curso de bacharelado em Relações
Internacionais do UniCEUB - Centro
Universitário de Brasília

Orientador (a): Delmo de Oliveira Arguelles

Brasília - DF

2010

NATÁLIA DUARTE DE ABREU

**A DISSEMINAÇÃO DO *SOFT POWER* NORTE-AMERICANO ATRAVÉS DA
TELEVISÃO**

Banca Examinadora:

Prof. Delmo de Oliveira Arguelles
(Orientador)

Prof. Frederico Seixas Dias
(Membro)

Prof^a. Raquel Boing Marinucci
(Membro)

Brasília - DF
2010

Ao meu avô Pereira.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus e à minha família pela força e pela oportunidade.

Aos meus amigos, que me apoiaram, ajudaram e se empolgaram tanto quanto eu com o meu tema.

Aos professores que de alguma forma me auxiliaram – esclarecendo algumas dúvidas ou contribuindo com materiais bibliográficos – mesmo que não fossem meus orientadores.

Por último e de forma alguma menos importante, ao meu orientador Delmo de Oliveira Arguelles, que conseguiu encontrar o equilíbrio perfeito entre a cobrança e a tranquilidade, sem nunca perder o bom humor e disposição. Tenho certeza que não poderia ter escolhido melhor pessoa para me guiar nesse momento.

RESUMO

Este trabalho analisa como a televisão contribui para a construção e disseminação do *soft power* dos Estados Unidos. Tendo como referencial teórico a Teoria Crítica das Relações Internacionais e baseado em conceitos como *cultura de massa*, *Indústria Cultural* e *ideologia*, esta pesquisa acadêmica visa determinar de que maneira a atual superpotência mundial utiliza a mídia televisionada para propagar seus valores e levar os demais a agir da forma que se quer sem usar a força. Assim, pretende-se abordar um tema até então negligenciado pela Academia – a mídia, em particular a televisão, como instrumento de construção de poder – utilizando-se do discurso presente em seriados americanos de sucesso para ilustrar o que foi investigado.

Palavras-Chave: cultura, Estados Unidos, *soft power*, televisão.

ABSTRACT

This paper examines how television contributes to the construction and dissemination of the United States' soft power. By using International Relations' Critical Theory as the theoretical framework and based on concepts such as mass culture, ideology and Culture Industry, this academic research is to determine how the current world superpower uses the televised media to propagate its values and lead other to act the way it wants without using force. Thus, it is intended to address a topic often neglected by the Academy – the media, specially the television, as a tool for construction of power – by using the discourse present in successful Americans series to illustrate what was investigated.

Key-words: culture, soft power, television, United States.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
1. CONCEITUAÇÃO E BASE TEÓRICA: O PAPEL DA INDÚSTRIA CULTURAL	10
1.1 Primeiras Considerações acerca da Indústria Cultural	10
1.2 Indústria Cultural: Visão segundo a Teoria Crítica	15
1.3 Sobre a Televisão	18
2. PERSPECTIVA HISTÓRICA: A TELEVISÃO NORTE-AMERICANA.....	22
2.1 Primeiros Momentos	22
2.2 Durante a Guerra Fria	23
2.3 Pós-Guerra Fria	26
2.4 Pós 11 de Setembro	28
3. ESTUDO DE CASO: ANÁLISE DOS VALORES NORTE-AMERICANOS PRESENTES EM SERIADO	31
3.1 <i>24 Horas</i>	31
3.1.1 Jack Bauer e a Doutrina Bush	32
3.2 <i>The West Wing</i>	38
3.2.1 Bartlet X Clinton	39
3.3 Últimas Considerações	42
CONCLUSÃO	44
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	46

INTRODUÇÃO

Em um contexto internacional em que as ameaças aos Estados têm mais um cunho ideológico, poder não mais reflete apenas o domínio de recursos, mas principalmente a habilidade de mudar o comportamento dos demais (NYE, 1990). Todavia, com o poder militar se tornando gradualmente mais difícil de ser aplicado devido ao despertar nacionalista em Estados antes pobres e fracos e aos seus custos cada vez mais altos (NYE, 1990), cresce a necessidade dos países se tornarem mais atraentes aos demais, de forma que estes estarão mais dispostos a segui-los e apresentarão menos resistência aos seus projetos; ou seja, torna-se fundamental investir em *soft power*.¹ Não que se deva abandonar o tradicional interesse pelo poder militar, mas sim aceitar suas limitações; uma vez que ele não é mais “suficiente para lidar com os novos dilemas da política mundial” (tradução nossa)², mostrando que novos recursos – como cultura, valores, ideologia e política externa (NYE, 2006) – podem ser mais relevantes. Combinar efetivamente ambos seria o mais apropriado, gerando assim *smart power*. Logicamente, utilizado de forma errada, o *soft power* pode ter consequências terríveis (NYE, 2006). “Não é necessariamente melhor torcer mentes do que torcer braços” (tradução nossa);³ mas, normalmente, este se mostra moralmente superior.

Nesse sentido, os Estados Unidos detêm mais *soft power* do que qualquer outro país (NYE, 1990). Obviamente, há certos aspectos da cultura norte-americana que não se mostram atraentes aos outros, mas não se pode negar que o que é produzido na América tem um apelo bastante difundido. Grande parte das pessoas no mundo não somente poderiam se ver, como desejariam ser, americanos (NYE, 2002).

É exatamente isso que este trabalho acadêmico irá tratar: o papel da mídia televisionada na formação do poder de influência dos Estados Unidos. No primeiro capítulo, será traçado o marco conceitual e teórico usado no trabalho. Para isso, aborda-se definições conhecidas da Escola de Frankfurt e da Teoria Crítica das Relações Internacionais – Indústria Cultural, Cultura de Massas, Ideologia,

¹ *Soft Power*: capacidade de influenciar o público estrangeiro sem o uso da força ou da coerção, mas mais principalmente através da disseminação de sua ideologia, tornando, assim, seu país mais atraente aos demais; ou seja, o conjunto de valores que moldam a visão de mundo de uma nação é um dos instrumentos na manipulação do comportamento dos demais.

² “[...] *sufficient to deal with the new dilemmas of world politics*” (NYE, 1990, p. 164).

³ “*It is not necessarily better to twist minds than to twist arms*” (NYE, 2006, p. 2).

Alienação, Hegemonia – como referencial mais adequado por abranger os principais pontos das correntes pós-positivistas referentes a este assunto.

Já no capítulo dois, será relatada a história da televisão norte-americana: seus primeiros momentos, sua solidificação e internacionalização; fazendo um paralelo com momentos históricos importantes, como a Guerra Fria e o 11 de Setembro.

Por fim, o último capítulo traz um estudo de caso realizado com seriados americanos de grande apelo mundial, ilustrando assim como os valores estadunidenses são disseminados através da televisão.

No decorrer de toda essa pesquisa acadêmica será utilizada como metodologia uma revisão da literatura científica referente ao tema; isto é, realizar-se-á uma análise crítica de estudos anteriores relacionados à questão de forma a estabelecer pontos de chegada. Ademais, para reforçar o rigor do trabalho e assegurar os resultados alcançados (LAVILLE & DIONNE, 1999), utilizar-se-á um estudo de caso baseado em seriados americanos como estratégia de pesquisa.

1. CONCEITUAÇÃO E BASE TEÓRICA: O PAPEL DA INDÚSTRIA CULTURAL

O presente capítulo pretende apresentar o arcabouço teórico e conceitual que será utilizado durante todo o trabalho. Para isso, é importante ter em mente que a mídia, uma das vertentes da indústria cultural autônoma⁴, não pode ser resumida a um poder auxiliar, um instrumento de persuasão. Como Negreiros (2002, p. 1) afirma, “a mídia não age apenas como mediadora entre os poderes, mas como um dispositivo de produção do próprio poder”. Ela é um ator constante na relação com o *mundo comum* (MENDONÇA, 2006). Marinucci (2009, p. 46) vai ainda mais longe e declara que “a mídia, através de meios variados, serve como uma ‘arma’[...] de propagação das idéias de um país”.

1.1 Indústria Cultural: Primeiras Considerações

Antes de tudo, deve-se ter em mente que cultura é uma coleção de práticas, costumes, símbolos e valores transmitidos para garantir a propagação “de um estado de coexistência social” (BOSI, 1994, p. 16 apud ARGUELHES & DOMINGOS, 2001, p. 75), é a maneira como o homem se relaciona com as coisas do mundo (ARENDDT, 2005). Já a *cultura de massas* é a cultura da *sociedade de massas*, formada a partir da incorporação da massa⁵ à sociedade. Contudo, o termo normalmente é empregado com reprovação.⁶ Primeiramente porque a condição necessária para a sociedade de massas é a atomização do indivíduo (GIRARDI JR., 2006). Além disso, o *pop* “refere-se a produtos comercialmente viáveis, preparados especialmente para o consumo e com apelo da mídia” (ARGUELHES & DOMINGOS, 2001, p. 66).

As críticas continuam com Hannah Arendt (2005). Para ela, tudo começou quando a cultura adquiriu um caráter de esnobismo e os *nouveaux-riches*⁷ emulavam

⁴ O campo midiático detém autonomia por ser “um universo obedecendo a suas próprias leis” (MIGUEL, 2002, p. 166).

⁵ Massa: classes sociais indiscriminadas (ARGUELHES & DOMINGOS, 2001).

⁶ Um exemplo do uso negativo do termo pode ser encontrado na definição utilizada por Miguel (2002, p. 178): “obra subcultural de consumo que se apresenta ostensivamente como arte, para que, enquanto goza de seus efeitos fáceis, o espectador julgue estar desfrutando de uma experiência estética privilegiada”.

⁷ Também chamados de filisteus: termo que designa uma mentalidade que julga “todas as coisas em termos de utilidade imediata e de valores materiais, e que, por conseguinte, não tinha consideração

uma certa educação para poderem apreciá-la. Dessa forma, a cultura começou a ser pensada como um instrumento para progredir socialmente e, por isso, foi lhe instituída um valor segundo sua utilidade.⁸ Para obter status, apodera-se dos objetos culturais, afetando a natureza deles. Percebe-se, assim, que disseminação da cultura não insere, mas a degrada (ADORNO & HORKHEIMER, 1947).

Nessa circunstância se inclui a indústria cultural, a cultura transformada em mercadoria⁹ (MENDONÇA, 2006) com um *valor-de-uso*¹⁰ e um *valor-de-troca*:¹¹

a cultura [...] se tornara aquilo que somente então as pessoas passaram a chamar de um “valor”, isto é, uma mercadoria social que podia circular e se converter em moeda em troca de toda espécie de valores, sociais e individuais (ARENDDT, 2005, p. 256).

Baseado no fundamentalismo mercantil,¹² tem-se o consumo certo porque “imiscui-se no valor-de-troca das mercadorias o valor social do trabalho, transformando o produto em representação de *status* social” (ARGUELHES & DOMINGOS, 2001, p. 71). Gomes (2007) vai além e afirma que se busca o *consumo da experiência*,¹³ de modo que, fantasias antes represadas, possam vir à tona nesse momento. Acredita-se que esta seja uma forma de evasão; dado que “o pensamento nasce da experiência e deve permanecer a ela ligado” (TELLES, 1990, p. 27). De qualquer modo, observa-se que o consumo age como fator de coesão necessário à manutenção da ordem vigente, retirando dos objetos culturais o que lhes era originalmente peculiar: a faculdade de prender a atenção e comover.

Em contraposição a esse comportamento do indivíduo está a postura exercida continuamente pelo mercado. Certo de que seus produtos serão absorvidos, acabam reduzindo o homem ao papel de cliente ou empregado devido a sua adaptabilidade, excitabilidade e capacidade de consumo aliada a inaptidão para julgar sua condição

alguma por objetos e ocupações inúteis tais como os implícitos na cultura e na arte” (ARENDDT, 2005, p. 253)

⁸ Arendt (2005, p. 256) utiliza os termos *desvalorização dos valores* e *leilão de valores* para designar essa postura de alegar que “se vendiam valores culturais e morais”.

⁹ Mercadoria: objeto externo destinado a satisfazer as necessidades humanas (MARX, 1985 apud ARGUELHES & DOMINGOS, 2001).

¹⁰ Valor-de-uso: valor atribuído a uma mercadoria (MARX, 1985 apud ARGUELHES & DOMINGOS, 2001).

¹¹ Valor-de-troca: “inter-relação de mercadorias de diferentes valores-de-uso” (MARX, 1985 apud ARGUELHES & DOMINGOS, 2001, p. 68).

¹² Fundamentalismo mercantil: idéia de que a lei do mercado e a sua lógica são a medida de todas as coisas (GIRARDI JR., 2006).

¹³ Consumo da experiência: tentativa de usufruto dos estados de subjetividade proporcionados pelo consumo (GOMES, 2007).

alienada. Sua lei suprema é nunca largar o consumidor; ou seja, priva-o do que foi prometido de forma que ele nunca alcançará o que deseja, tendo que se conformar com o que é oferecido. “A promessa [...], mais apropriadamente a do bem estar geral, perverte-se para a montagem de um grande aparato consumista ocultado sob a égide de uma Indústria do Entreterimento” (ARGUELHES & DOMINGOS, 2001, p. 71). Isso ocorre porque se tem a idéia de que, quanto menos se promete, mais fraca é a ideologia¹⁴. Uma ideologia decidida e sistemática chega com rapidez ao fim comercial devido a impaciência, tanto do fornecedor quanto do receptor. Para isso lançaram mão da propaganda, principal meio pelo qual ocorre a midiaticização do consumo por possibilitar aos consumidores que se comportem como audiência. Ao contrário do que se pensa, ela promove a oferta apenas indiretamente; sua verdadeira finalidade é fortalecer o vínculo entre consumidor e empresa, visando, assim, compensar a não fruibilidade da Indústria Cultural.

Nota-se que não é comercializado apenas cultura, mas também toda uma ideologia.

Sua ideologia são os negócios. A verdade é que a força da indústria cultural reside em seu acordo com as necessidades criadas e não no simples contraste quanto a estas, seja mesmo o contraste formado pela onipotência em face da impotência (ADORNO & HORKHEIMER, 1947, p. 31).

Isso porque é transmitida uma satisfação através do que é consumido que facilita a aceitação e consolidação da ordem (MENDONÇA, 2006). O conteúdo propagado se torna um meio de dominação, uma fachada para um sistema de idéias que codificam a realidade e visam substituir o indivíduo pelo seu estereótipo sem espontaneidade e criatividade. “Cada um é aquilo que qualquer outro pode substituir” (ADORNO & HORKHEIMER, 1947, p. 43) e, assim, “os papéis sociais [...] penetram profundamente nas próprias características das pessoas, em sua constituição íntima” (ADORNO, 1969, p. 103). Alega-se que é subtraído o constante esforço da individualização; mas, na verdade, procura-se apenas facilitar todo o processo através da substituição da identidade particular por uma universal; podendo assim o particular ser substituído pelo universal e vice-versa. Revela-se, assim, “um indivíduo padronizado, cujo pensamento individual é rígido, inclinado ao uso de lugares-

¹⁴ Ideologia: “idéias políticas relacionadas com os interesses de uma classe”, que “obscurecem o verdadeiro caráter das coisas”, assegurando “a adesão e o consentimento das grandes massas” e a coesão da sociedade (BOTTOMORE, 1988, pp. 184 – 6).

comuns, cegamente submisso aos valores e à autoridade convencionais, e supersticioso” (BOTTOMORE, 1988, p. 131) por aceitar crenças contrárias aos seus interesses racionais. Com isso, o objetivo é alcançado: “cria-se uma ordem, mas não uma conexão” (ADORNO & HORKHEIMER, 1947, p. 15); visto que a capacidade mental é incessantemente evitada. A simples reprodução do espírito não causa sua ampliação. Finge-se tratá-los como seres pensantes quando o que realmente acontece é sua subestimação. Consequentemente, eles internalizam sua impotência e admitem que necessitam ser liderados (MIGUEL, 2002). O senso crítico e a noção de competência são extintos. Valores contestatórios são retirados do seu sentido inicial¹⁵ (ARGUELHES & DOMINGOS, 2001), o que representa um perigo: indivíduos supérfluos ao mundo são desprovidos de responsabilidade para com este¹⁶ (TELLES, 1990).

Conscientes dessa dominação, fica claro que a Indústria Cultural funciona como um *aparelho ideológico do Estado*¹⁷ já que assegura “a reprodução das relações de produção” através da “superestrutura jurídico-política e ideológica” (ALTHUSSER, 1985, p. 73) e, sob a forma de uma instituição,¹⁸ ela é responsável por apresentar ao observador imediato uma realidade específica.

Ao ser bombardeado com esta ideologia de tantas formas, só resta ao indivíduo se integrar e nada mais. Como Adorno e Horkheimer (1947) afirmam, ele é livre para não aderir a esta ideologia dominante, mas, a partir desse momento, ele será considerado um intruso em seu meio e excluído, torna-se ainda mais fácil convencê-lo de sua insuficiência. “O indivíduo moderno constitui parte integrante da sociedade contra a qual ele procura se afirmar e que tira sempre o melhor de si”. Todavia, isso, juntamente à capacidade criativa, é abandonado em prol da adaptação e, adequando-se, perde-se o que deveria ser procurado: a liberdade (ADORNO & HORKHEIMER, 1947).

De certa forma ela ainda é idealizada na forma da vontade. Todavia, agora ela está relacionada com aquilo do qual desejam estar livres. “As pessoas sofrem pelo

¹⁵ Em seu artigo, os autores alertam que não são todos que aderem a essa situação (ARGUELHES & DOMINGOS, 2001).

¹⁶ Para Hannah Arendt, foi isso que facilitou o terror totalitário (TELLES, 1990).

¹⁷ Apesar de ser denominado *Aparelho Ideológico do Estado*, a maior parte deles remete ao domínio privado. “Se considerarmos que por princípio a ‘classe dominante’ detém o poder do Estado [...], podemos admitir que a mesma classe dominante seja ativa nos Aparelhos Ideológicos do Estado” (ALTHUSSER, 1985, p. 71).

¹⁸ Instituição, nesse caso, pode ser encarada como conjunto de “idéias e poder material [...] que influenciam diretamente a ação dos atores” (NOGUEIRA & MESSARI, 2005, p. 145).

apetite insatisfeito de sua cega vontade, ou se entendiam tão pronto aquele esteja satisfeito” (ADORNO, 1969, p. 109); ou seja, a Indústria Cultural não engrandece, mas oprime. O logro vai além da manipulação do divertimento, alcançando a ruína do prazer. Por isso, é duvidoso que a real diversão seja alcançada. Dado que o divertimento é “parte de um processo vital biológico” (ARENDRT, 2005, p. 258), os objetos culturais deveriam servir para suportá-lo. Contudo, isso não ocorre pois a *sociedade de massas* não precisa de cultura, mas apenas de entretenimento para ser consumido (ARENDRT, 2005).

Toda essa tentativa de divertimento acontece durante o tempo livre. Entretanto, percebe-se que este conceito se torna contraditório em si mesmo; uma vez que, dependendo da situação geral da sociedade, é determinado externamente, não dispondo, dessa forma, o indivíduo de uma liberdade real (ADORNO, 1969). Com a capacidade criativa abalada, não se pode fazer nada útil e, com isso, fica claro a verdadeira função desse tempo vago: restaurar as forças das pessoas para trabalharem mais e melhor, o que o torna um apêndice do labor na procura de lucros maiores; ou seja, não existe realmente uma folga. A “liberdade organizada é coercitiva” (ADORNO, 1969, p. 107). O “tempo vago não altera a natureza do tempo” (ARENDRT, 2005, p. 258). O prazer se torna incompatível com essa divisão racional da existência humana e, por causa disso, existe o tédio. Espera-se tanto do tempo livre, tanto é prometido constantemente, mas não se consegue escapar do “sempre-igual” (ADORNO, 1969, p. 109); até porque “os produtos mecanicamente diferenciados revelam-se, no final das contas, como sempre os mesmos” (ADORNO & HORKHEIMER, 1947, p. 12), o que é reforçado pela tendência à uniformização dos produtos prescrita pela imitação natural das fórmulas exitosas¹⁹. Tédio é a impotência objetiva pois, se tivesse algum sentido, não haveria tédio.²⁰

Assim, dado que o divertimento é ilusório, a saída encontrada seria aproveitar, durante o tempo vago, o ócio, característica de uma “vida folgada” (ADORNO, 1969). Tendo em vista que não se pode envolver as pessoas completamente sem que isso seja demasiado a elas, torna-se possível vislumbrar uma chance de emancipação.

¹⁹ Estas supostas diferenciações, cunhadas artificialmente, só servem efetivamente para organizar e classificar os espectadores a fim de padronizá-los; pois, a constituição do público, que beneficia a indústria cultural, faz parte do sistema.

²⁰ Para Adorno (1969, p. 105), o tédio explica a existência de hobbies, que nada mais são do que “ocupações para matar o tempo”.

Nos momentos de ócio, investir-se-ia em atividades que aprimorassem a criatividade individual; já que a criatividade é um processo mental e prático (MASI, 2000).²¹

Por outro lado, Arendt (2005, pp. 277-9) aponta o gosto como uma forma de escape.

O gosto julga o mundo em sua aparência e temporalidade; seu interesse pelo mundo é puramente “desinteressado”, o que significa que nem os interesses vitais do indivíduo, nem os interesses morais do eu se acham aqui implicados. Para os juízos do gosto, o mundo é objeto primário, e não o homem. [...] Enquanto tal, o gosto e seu julgamento sempre atento das coisas do mundo impõe-se limites contra um amor indiscriminado e imodelado [...], ele introduz, no âmbito da fabricação e da qualidade, o fator pessoal, isto é, confere-lhe a significação humanística.

Dessa forma, o humanismo transcende a coerção presente na cultura, que impede a ampliação do espírito, através do seu gosto, capacidade política aberta a discussão (ARENDRT, 2005); sendo capaz interromper o automatismo, que é um atributo definidor da liberdade (TELLES, 1990), por resultar de uma atitude que preserva e admirar as coisas do mundo (ARENDRT, 2005).

Finalmente, pode-se buscar a desalienação, ainda que relativa,²² através do conhecimento verdadeiro das implicações da alienação, o que só aconteceria se houvesse a criação de uma sociedade que estimule o desenvolvimento de indivíduos verdadeiramente humanos, e não auto-alienados:²³ “a desalienação da sociedade está intimamente ligada à desalienação dos indivíduos, de tal modo que é impossível realizar uma sem a outra, ou reduzir uma à outra” (BOTTOMORE, 1988, p. 8); uma vez que as pessoas só podem se transformar em seres livres e criativos por meio de suas próprias atividades. Nota-se, assim, que a saída é a ação; pois a tolerância se torna a justificativa da permanência e imutabilidade do sistema.²⁴

1.2 Indústria Cultural: Visão segundo a Teoria Crítica

²¹ A criatividade é um processo mental e prático pelo simples fato de que não basta ter idéias, é necessário saber concretizá-las (MASI, 2000).

²² “A desalienação absoluta só seria possível se a humanidade fosse alguma coisa definitiva e inalterável” (BOTTOMORE, 1988, p. 8)

²³ “A alienação de si mesmo não é apenas um conceito (descritivo), mas também um apelo em favor da modificação revolucionária do mundo” (BOTTOMORE, 1988, p. 5).

²⁴ Vale ressaltar que, para Adorno e Horkheimer (1947), a indignação que leva a uma tentativa de mudança nada mais faz do que homenagear a atual realidade; uma vez que a sociedade não deixa passar qualquer acusação sem que isso lhe confira autoridade.

No campo das Relações Internacionais, está claro que não há uma teoria que aborde efetivamente a relevância da indústria cultural ou da mídia; tendo estas um papel “pontual e simplório”: manipulação ou legitimação (MARINUCCI, 2009). Entretanto, a Teoria Crítica – por ter uma herança intelectual que “inclui novas interpretações da obra de Marx, a teoria social da Escola de Frankfurt, bem como a teoria da hegemonia” gramsciana (NOGUEIRA & MESSARI, 2005, p. 133), que salienta a importância das idéias²⁵ – amplia o conjunto de assuntos a serem abordados; podendo este ser incluído.

Com conceitos marxistas, critica-se “os mecanismos que limitam nossa capacidade de compreensão da realidade ao mesmo tempo em que ameaçam a liberdade e a autonomia” (NOGUEIRA & MESSARI, 2005, p. 135), abordando temas como ideologia e alienação. Assim, seria a ideologia um instrumento da alienação,²⁶ uma vez que é utilizada para impossibilitar a diferenciação entre a realidade objetiva e a socialmente construída, destinada a promover interesses privados. Isso faz com que essas “estruturas sociais resultantes da ação humana” (NOGUEIRA & MESSARI, 2005, p. 135) sejam encaradas como um dado da natureza e, por isso, muito dificilmente serão transformadas; visto que não se pode mais separar a que tem um caráter emancipatório da que apenas reproduz as condições de submissão.

Já Linklater compartilha o pressuposto harbemasiano do *melhor argumento*,²⁷ baseado no diálogo verdadeiro e racional ocorrido na esfera pública, “âmbito livre do domínio de instâncias estabelecidas”, não excludente e constituído de “um conjunto de relações com outras instituições [...] do modo de vida moderno” (GOMES, 2008). Para ele, a liberdade incluía fatores culturais e morais que não podiam ser reduzidos a circunstâncias materiais e que, por isso, transcendiam a considerações estratégicas de poder. Assim, para alcançá-la, era necessário ignorar as particularidades econômicas e culturais e vivenciar um processo de crítica mútua, em que os agentes entenderiam como suas escolhas refletem perspectivas pessoais ou influências culturais não compartilhadas pelos demais.

²⁵ “[...] podem ser idéias compartilhadas por meio de comunicação intersubjetiva (cultura, regras sociais) ou visões de mundo sobre o que é desejável ou legítimo (ideologias)”. (NOGUEIRA & MESSARI, 2005, p. 145)

²⁶ Alienação: “Processo pelo qual alguém [...] é obrigado a se tornar outra coisa diferente daquilo que existe propriamente em seu ser. O uso corrente do termo designa [...] uma situação psicossociológica de perda da própria identidade individual ou coletiva, relacionada com uma situação negativa de dependência e de falta de autonomia (BOTTOMORE, 1988, p. 20).

²⁷ Segundo Harbemas, o *melhor argumento* era construído através de trocas argumentativas que iriam consolidar ou desconstruir os sentidos do que é real (MENDONÇA, 2006).

Todavia, sua real contribuição para este trabalho se dá no momento em que ele considera as limitações de sua proposta: o problema do entendimento mútuo, essencial para a ética discursiva. Sabendo que esta reflete os princípios morais, o contexto social e as necessidades particulares, fica evidente que ela carrega interesses de grupos específicos que ofuscam os princípios universais e que podem ser utilizados para controle do comportamento dos demais.

Habermas foi além, uma vez que não só serviu de base para as considerações de Linklater, como previu a dissolução desta esfera pública:²⁸

[...] pouco a pouco foram sendo introduzidas mudanças na sociedade que solaparam as bases originais da esfera pública [...], ainda que a conservando como um ideal. Com isso, criou-se a ilusão de que a esfera pública se teria mantido, quando na verdade ela deixa de existir como tal, conservando-se apenas na aparência [...], cuja característica maior parece consistir em ser dominada pela comunicação e pela cultura de massas (GOMES, 2008, p. 45).

Com isso, as decisões passariam a ser tomadas sem discussão, limitando-se apenas a escolhas dentre um número reduzido e pré-estabelecido de alternativas; ou seja, a esfera pública adquire uma função simbólica por ter sido reduzida a “um meio de circulação de opiniões estabelecidas às quais se espera adesão” (GOMES, 2008, p. 49), à propaganda. Ainda, pela simples lógica do domínio desses meios de comunicação, fica claro que essas opiniões difundidas são de interesse privado.

Por fim, para entender a relevância da obra de Cox para esta pesquisa, tem-se que ter em mente as proposições dispostas por Gramsci; principalmente o conceito de *hegemonia*, base de todo raciocínio gramsciano. Hegemonia seria, então, a capacidade de comandar, não somente no sentido de dominação, mas principalmente na idéia de conduzir; dado que esta concepção está relacionada à descoberta da identidade através da conquista de um novo nível de cultura²⁹ (GRUPPI, 1986) que irá sustentar uma identidade comum (COX, 2007). Desse modo, a hegemonia não é a conquista de poder, mas a condição necessária à conquista de poder; já que, quando um grupo passa a ser detentor deste, ele não somente se torna dominante, mas acima de tudo se

²⁸ Dessa forma, a mídia, que antes era antes era vista como um instrumento da esfera pública (GOMES, 2008), passa a se tornar a própria esfera pública; tendo em vista que esta foi dominada pela cultura de massas.

²⁹ “Em um país ou formação social em que a classe hegemônica é a classe dominante, o Estado (no conceito ampliado de Gramsci) mantém a coesão e a identidade no interior do bloco por meio da propagação de uma cultura comum.” (COX, 2007, p. 111).

transforma em dirigente.³⁰ Portanto, sabe-se que a legitimação da hegemonia se dá fundamentalmente através da ideologia, minimizando a utilização de mecanismos coercitivos.³¹ Isso ocorre de duas formas: transformando interesses particulares em universais³² (MEZZARROBA, 2005) e convencendo os demais das vantagens daquele modelo para o conjunto (NOGUEIRA & MESSARI, 2005).

Cox (2007, p. 109) alerta para o risco dessas ações:

[...] pode servir de estratégia de assimilação e domesticação de idéias potencialmente perigosas, ajustando-as às políticas da coalizão dominante e pode, dessa forma, obstruir a formação de uma oposição organizada, com base na classe, ao poder social e político estabelecido.

Por isso, ele apresenta uma estratégia alternativa: guerra de posição,³³ resposta contra-hegemônica que lentamente constrói fundamentos sociais de um novo Estado. Isso significa criar novas instituições dentro da sociedade existente, “proporcionando o surgimento de operadores de idéias, de novos projetos ideológicos e não de determinar a simples reprodução de idéias e esquemas de comando” (MEZZARROBA, 2005). Dessa forma, pretende-se não se aproveitar de uma situação de *crise de hegemonia*, mas criar uma; na medida que passaria a existir um conflito ideológico dentro da sociedade.

1.3 Sobre a Televisão

Neste contexto, sabe-se que “o meio dominante, desde que surgiu, e que por enquanto não parece ser desafiado pelas novas tecnologias, é a televisão” (MIGUEL, 2002). Salienta-se:

³⁰ Isso evidencia o conceito ampliado de Estado de Gramsci: “quando o aparato administrativo, executivo e coercitivo do governo estava de fato sujeito à hegemonia da classe dirigente [...], não fazia sentido limitar a definição de Estado àqueles elementos do governo” (COX, 2007, p. 104).

³¹ Cox (2007) afirma que há “uma combinação necessária de consentimento e coerção [...]. A coerção está sempre latente, mas só é aplicada em casos marginais, anômalos”.

³² “Coalizão de interesses mais amplo possível” que visa “passar dos interesses específicos de um grupo ou classe para a construção de instituições e a elaboração de ideologias” (COX, 2007).

³³ “Uma mudança estrutural significativa da ordem mundial estaria, provavelmente, ligada a uma mudança fundamental nas relações sociais” e “só uma guerra de posição tem condições, a longo prazo, de realizar mudanças estruturais”; tendo em vista que “há pouca probabilidade de uma guerra de movimento no nível internacional, por meio da qual os radicais se apropriariam do controle da superestrutura das instituições internacionais” (COX, 2007).

Ocupando uma posição cada vez mais destacada na vida de seus espectadores (sempre mais numerosos), como fonte de informação e de entretenimento, a televisão reorganizou os ritmos da vida cotidiana, os espaços domésticos e, também, as fronteiras entre diferentes esferas sociais(MIGUEL, 2002, p. 155).

Dessa forma, fica claro que a televisão assumiu o poder dos meios de comunicação de massa a ponto de ditar tendências para os demais meios de comunicação.

Há uma proporção muito importante de pessoas [...] que estão devotadas corpo e alma à televisão como fonte única de informações. A televisão tem uma espécie de monopólio de fato sobre a formação das cabeças de uma parcela muito importante da população (BOURDIEU, 1997, p. 23).

Acredita-se que o motivo disso seja a transmissão natural e rápida³⁴ de um sentimento de intimidade³⁵ a audiências ampliadas,³⁶ utilizando “uma linguagem acessível aos mais variados grupos sociais” (MENDONÇA, 2006, p. 28). Todavia, devido a tal destaque, ela é utilizada para os mais diversos fins.

Primeiramente, tem-se o desejo por visibilidade,³⁷ considerada uma ação estratégica para difundir uma visão de mundo, além de ser “fundamental no processo de construção reflexiva do indivíduo”; uma vez que fornece recursos simbólicos provenientes de realidades distintas necessários para estruturar “o entendimento que têm de si mesmos e dos outros” (MENDONÇA, 2006, p.33 apud MARQUES, 2003, p. 11). Telles (1990, pp. 25 – 9) ainda acrescenta que, segundo Hannah Arendt, certas noções particulares são formuladas “na experiência intersubjetiva que os homens fazem da realidade do mundo” e que a “visibilidade pública é que constrói a realidade”.

³⁴ A rapidez é vista por Adorno e Horkheimer (1947) como algo que veta a atividade mental do espectador; pois, se ele não quiser perder os eventos que se desdobram rapidamente à sua frente, não se pode pensar.

³⁵ Essa intimidade advém da velha experiência do espectador, “para quem a rua lá de fora parece a continuação do espetáculo que acabou de ver – pois este quer precisamente reproduzir de modo exato o mundo percebido cotidianamente” (ADORNO & HORKHEIMER, 1947, p. 15); sendo, assim, apenas um elogio da rotina de que se pretendia escapar.

³⁶ Para ilustrar e exemplificar: em 2004, o Ministério da Cultura do Brasil solicitou ao IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) que desenvolvesse uma base consistente de dados acerca do setor cultural e um dos indicadores aponta que a televisão em cores foi o bem que mais se difundiu; sendo que, em 1988, 42,6% das famílias não possuíam este bem e, em 2003, esta porcentagem foi reduzida a apenas 6,8%.

³⁷ “A tela da televisão se tornou hoje uma espécie de Narciso, um lugar de exibição narcísica” (BOURDIEU, 1997, p. 17), tendo em vista que “quanto mais elevadas as posições de poder que se pretende alcançar, maior a necessidade de visibilidade nos meios de comunicação” (MIGUEL, 2002, p. 180) e que ela é a principal difusora de prestígio e reconhecimento social nas sociedades contemporâneas.

Há ainda a capacidade de formular a agenda pública (MIGUEL, 2002). Por serem formadores de opinião³⁸ (GOMES, 2007), os meios de comunicação têm a capacidade de expor as preocupações públicas; o que se dá, muitas vezes, através da busca do fato político.³⁹ Isso gera um impacto não apenas ao indivíduo, que entende melhor as questões levantadas, mas também aos líderes políticos, que se vêem em uma situação em que são obrigados a responder tais questionamentos (MIGUEL, 2002). No caso específico da televisão, “devido à sua vinculação direta com o mundo da vida” durante sua prática cotidiana, ela tem uma maior facilidade em perceber situações-problemas (GIRARDI JR., 2006, p. 73) e torná-las públicas.

Seguindo ainda este raciocínio, pode-se dizer também que os meios de comunicação libertam as questões que tenderiam ficar restritas – tanto espacial, quanto temporalmente – ao anunciar discursos apoiados em uma variedade de valores (GIRARDI JR., 2006).

Por outro lado, há uma grande comoção a respeito dos seus efeitos nocivos. Admite-se que sua influência excessiva é um obstáculo à democracia ao abalar a crença nas instituições políticas e minar a convivência em comunidade; atingindo, assim, a coesão social. Argumenta-se, igualmente, que, ao final, a diversidade social é mal representada; uma vez que, em suas transmissões, a televisão exhibe a perspectiva daqueles que a monopolizam.⁴⁰ Há, ainda, a ameaça do nivelamento; em que o conteúdo é simplificado, homogeneizado para que todos possam compreendê-lo e, desse modo, acaba-se por banalizá-lo e “despolitizá-lo” (BOURDIEU, 1997)⁴¹. Tem-se também o perigo da disseminação de “idéias-feitas”⁴²; não restando praticamente nenhum lugar para a improvisação, para a palavra livre, para o pensar, já que “o pensamento é, por definição, subversivo” (BOURDIEU, 1997, p. 41). Por fim, a parcialidade é novamente apontada no que diz respeito à agenda pública; já que ela não somente dá o enquadramento mais conveniente, mas ainda condiciona a

³⁸ “A mídia fornece os temas sobre os quais os públicos devem pensar [...]” (NEGREIROS, 2002, p. 10).

³⁹ Fato Político: “acontecimento que sensibiliza a atenção dos meios de comunicação” (MIGUEL, 2002).

⁴⁰ Em seu livro “Sobre a Televisão”, Bourdieu considera que esta é a meta deste meio de comunicação: “impor a visão legítima do mundo social” (MIGUEL, 2002, p. 166 apud BOURDIEU, 1996, p. 22)

⁴¹ O autor assume adotar uma posição elitista, mas se justifica ao afirmar não ser esta a solução e sim “progredir o universal e, ao mesmo tempo, [...] generalizar as condições de acesso ao universal, para fazer de maneira que cada vez mais pessoas preencham as condições necessárias para apropriar-se do universal” (BOURDIEU, 1997, p. 95).

⁴² Idéias-Feitas: idéias “aceitas por todo mundo, banais, convencionais, comuns” (BOURDIEU, 1997, p. 40). Através delas a comunicação é instantânea porque, de fato, ela não existe.

notoriedade de cada assunto. O governo determina o que é importante e a televisão o que é interessante (MIGUEL, 2002).

Entretanto, é necessário considerar que, por mais que se lamente a atual condição, nunca houve um debate “puro” de idéias, desprendidas daqueles que as propagam; ou seja, talvez por causa do peso excessivo dado à imagem, que dificulta qualquer aprofundamento no conteúdo, a circunstância esteja mais evidente, mas não se pode dizer que ela já foi diferente (MIGUEL, 2002).⁴³

Quanto à possibilidade de não utilizar a televisão para que, gradualmente, ela perca sua importância, crê-se não ser esta a saída mais vantajosa. Deve-se produzir cada vez mais manifestações para a televisão, mas com sua natureza modificada de forma a interessar as pessoas e ampliar suas percepções (BOURDIEU, 1997) . Com isso, espera-se que esse “extraordinário instrumento de democracia não se converta em instrumento de opressão simbólica” (BOURDIEU, 1997, p. 13).

⁴³ Miguel (2002) indica uma saída para suavizar este problema: impor limites à influência da televisão, desvalorizando os símbolos associados a ela. Todavia, ele não especifica como isso poderia ser aplicado.

2. PERSPECTIVA HISTÓRICA: A TELEVISÃO NORTE-AMERICANA

No presente capítulo será apresentada a história da televisão norte-americana, traçando paralelos com a história dos Estados Unidos; tendo em vista a necessidade de se entender o que a levou a ter tamanha importância nos dias de hoje.

Tal relevância não advém somente da confiança que as pessoas depositam nesse meio de comunicação para obter informações sobre o governo e o mundo – mais até do que em seus próprios julgamentos (NYE, 2002) – mas principalmente do fato que a América é, essencialmente, uma poderosa definidora de tendência (NYE, 2002). Ao exaltar valores e estilos de vida universais, a cultura norte-americana se tornou a segunda cultura de todo mundo.

Ainda, ao contrário do que se possa pensar, as culturas locais não limitam essa força estadunidense. Há até países que vêem na cultura popular americana uma ameaça. Contudo, a existência de múltiplas culturas acaba por relacionar diferentes tradições e países, o que fundamental em um mundo globalizado. Nenhuma cultura é estática e representá-la como tal não passa de uma estratégia política de quem percebeu que o multiculturalismo – *a grosso modo*, a convivência de várias culturas em uma mesma região – é uma forte arma há muito utilizada pela atual superpotência (NYE, 2002).

O que realmente pode restringir os Estados Unidos nesse aspecto seria um declínio de sua qualidade. Se os costumes exportados causam aversão e descontentamento, o respeito obtido perante o resto do mundo pode ser seriamente prejudicado (NYE, 2002).

2.1 Primeiros Momentos

Durante a década de 1920 e 1930, nenhum outro meio de comunicação foi tão aguardado que a televisão. Pensada inicialmente como um meio de absorção do excesso de publicidade no rádio, a telemídia gerou uma demasiada excitação no público principalmente devido aos constantes adiamentos em seu lançamento por razões tecnológicas, econômicas e culturais, basicamente. Toda a tecnologia televisiva tinha sido construída de forma a tornar possível a transmissão dos Jogos Olímpicos de Tóquio 1940, que, no entanto, foi cancelada por causa do início da II Guerra Mundial. Grande parte dos avanços alcançados tiveram que ser

momentaneamente reduzidos após os ataques japoneses à Pearl Harbor; uma vez que todos os esforços foram destinados à guerra. O início oficial das transmissões no país ocorreram em 1941, mas durou apenas alguns meses; já que, em dezembro deste ano, a base naval no Havaí foi bombardeada, o que resultou numa redução ao mínimo da programação, realizada apenas para não desapontar as poucas pessoas que haviam adquirido aparelhos de televisão (ABRAMSON & STERLING, 2003).

Todavia, apesar de limitadas, as pesquisas continuaram pois se tinha a noção de que aquele que consolidasse a televisão primeiro determinaria seus padrões gerais, gerando assim grandes ganhos econômicos. Por isso, o governo americano ousou em produzir um monopólio nacional no ramo – através do investimento de dinheiro público em emissoras privadas – tornando-se quase que instantaneamente líder em comunicações (EDGERTON, 2007). Além disso, as pesquisas neste âmbito tinham uma importância estratégica; uma vez que muitos projetos utilizavam da mesma tecnologia que viria a ser empregada em lançamentos de mísseis guiados, sendo também um dos objetos do Projeto Manhattan (ABRAMSON & STERLING, 2003).

Finalmente, com o fim da II Guerra Mundial, 15 estações de televisão voltaram ao ar com uma programação completa logo em 1946. Entretanto, não era fácil mantê-las no ar; por causa de seus altos custos, era difícil convencer os investidores que o novo meio de comunicação tinha seu valor, principalmente quando viam a indústria cinematográfica trabalhando em plena capacidade e gerando altos lucros enquanto a maioria dos americanos não tinham acesso ao novo meio de comunicação. Por isso, os programas se tornaram produtos dos patrocinadores e a publicidade manipuladora de todo seu processo produtivo. De qualquer forma, a televisão foi gradualmente ganhando seu espaço; invadindo as casas e consolidando uma nova realidade, que se tratava basicamente de famílias do subúrbio de valores renovados em volta deste aparelho.

2.2 Durante a Guerra Fria

A II Guerra Mundial podia até ter acabado, mas a tensão não havia desaparecido. O Eixo havia sido vencido e desintegrado, mas o clima entre os vencedores não era bom; uma vez que as duas grandes potências – Estados Unidos e União Soviética – e seus regimes – capitalismo e socialismo, respectivamente – lutavam pela hegemonia mundial, causando uma bipolarização.

Neste contexto, o papel da televisão era, primeiramente, de disseminação dos valores estadunidenses. Dado que a Guerra Fria foi um embate essencialmente ideológico entre EUA e URSS – ou entre os sistemas capitalista e socialista – era fundamental instaurar e popularizar na massa telespectadora ideais democráticos – liberdade de expressão, cidadania, participação popular, direitos individuais –, o consumo e o anticomunismo.

A maioria dos americanos [...] estava reunida em um fraco consenso referente à Guerra Fria com base no que era compartilhado a respeito do anticomunismo, a fé no progresso econômico através do capitalismo corporativo e sua crença na bondade inerente e na superioridade do modo de vida americano [...]. Para a nação, este fato foi consumado em 29 de agosto de 1949, quando, para a surpresa de Washington e da população americana, os soviéticos detonaram sua primeira bomba [...]. O público em geral ficou chocado com a constatação de que a América não tinha mais o monopólio de armas atômicas; muitos cidadãos se entregaram à expectativa de que uma guerra nuclear com os russos era inevitável em algum momento indeterminado no futuro (EDGERTON, 2007, p. 141, tradução nossa).⁴⁴

Além disso, diante de iniciativas polêmicas – como o financiamento da reconstrução europeia através do Plano Marshall, que encontrou muita oposição devido à quantidade de renda destinada ao exterior, e o envio de tropas a guerras no exterior – a televisão funcionava como um meio de legitimação das ações implementadas pelo governo americano ao retratá-las como uma forma de dedicação em prol do americanismo (CHOMSKY, 2003); tendo em vista que nenhuma mídia se mostrou tão rápida e íntima em apresentar as impressões populares que a televisão (EDGERTON, 2007). Com isso, a televisão evoluía de um mero meio de entretenimento a um serviço público baseado na crença em seu potencial para mudar a história. “A televisão, como todas as realidades, será decidida pela ação. Não há um padrão inevitável que será seguido por ela, não há desenvolvimento inexorável. Em vez disso, algum irão determinar e direcionar o avanço deste meio” (EDGERTON, 2007, p. 159, tradução nossa).⁴⁵

⁴⁴ “A majority of Americans [...] were now coming together into a loose Cold War consensus based on their shared of anticommunism, their faith in economic progress through corporate capitalism, and their belief in the inherent goodness and superiority of the American way of life [...]. The fait accompli for the nation occurred on August 29, 1949, when the Soviets detonated their first bomb, much to the surprise of official Washington and the American people [...] The general public was shocked by the realization that America no longer held a monopoly on atomic weaponry; many citizens also resigned themselves to the [...] expectation that nuclear war with the Russians was inevitable at some undetermined time in the future” (EDGERTON, 2007, p. 141).

⁴⁵ “Television, like all realities, will be decided by action. There is no inevitable pattern which it will follow, no inexorable development. Rather some [...] will determine and direct the advance of this medium” (EDGERTON, 2007, p. 159).

Isso tudo colaborou para que ascendesse perante o cinema hollywoodiano, provando ser mais lucrativo. Por causa disso, grandes estúdios fundaram seus próprios canais motivados pelo fato de que a televisão, além de ser encarada agora como uma forma de arte, havia se tornado o passatempo da maioria da população americana (EDGERTON, 2007). Para a televisão, essa transição se mostrava lucrativa não somente pelo aprimoramento nas produções, mas principalmente por poder dividir os riscos financeiros presentes em seu investimento; uma vez que, por mais que se mostrasse a principal indústria cultural no pós-guerra, ainda não era consolidado seu crescimento na indústria midiática (EDGERTON, 2007). Todavia, por mais que o ecletismo da população da época garantisse espaço a todos os canais, esta transição não foi nada suave, dado que os problemas apareceram quase que imediatamente devido a falta consideração à programação e às particularidades dos seus telespectadores. É verdade que a televisão enfrentava um período de padronização – ocasionando um gradual desaparecimento das singularidades regionais – ; no entanto, a racionalidade econômica, que esteve por trás de todas as iniciativas com relação à televisão, defendia que a televisão era o meio de propaganda mais promissor e, para explorar este potencial, precisava atingir a audiência em sua individualidade; principalmente aqueles menos abastados, por serem em maior número.

Grande parte do sucesso da televisão vinha de sua habilidade em se adaptar a aspectos da realidade (EDGERTON, 2007). Assim, diante da necessidade de se caracterizar sua audiência, notou-se que esta era composta basicamente por *Baby Boomers* e seus filhos. Isso refletiu diretamente na programação, que era direcionada a crianças – que tinham a televisão como babá, muitas vezes – e adultos.

Mesmo se mostrando bastante útil ao governo e indispensável à população, o que gerava grandes ganhos econômicos, a telemídia sofreu uma forte fiscalização por parte da HUAC⁴⁶, órgão responsável por investigar os assim chamados comunistas. Tendo em vista que, especialmente durante a II Guerra Mundial, os Estados Unidos encararam uma grande imigração de soviéticos fugindo das ameaças totalitárias e que a televisão já havia se mostrado um importante instrumento na disseminação de valores, era necessário se certificar que o que era propagado era mesmo de interesse americano. Este período de patrulha anticomunista, marcado por intensa perseguição política e desrespeito aos direitos civis, é frequentemente referido como macartista;

⁴⁶ HUAC: *House Un-American Activities Committee*.

uma clara alusão ao senador Joseph McCarthy, que ganhou notoriedade através das constantes denúncias de espionagem – inclusive por atores, diretores e roteiristas do meio cultural, sendo que apenas cerca de 10% destas vítimas de acusações conseguiram reconstruir suas carreiras. Entretanto, aos poucos, ela conquistou a confiança do governo ao colaborar com a HUAC, muitas vezes expondo comunistas suspeitos.

Enfim, percebe-se claramente que a estratégia utilizada durante a Guerra Fria era combinar *hard power*⁴⁷ empregado em disputas militares estratégicas com o *soft power* (NYE, 2004) fruto, em larga escala, da televisão.

2.3 Pós-Guerra Fria

Com o fim da Guerra Fria, a América tentava se definir e descobrir seu lugar no mundo sem a ameaça soviética; uma vez que aquele não somente era um momento de mudança na política mundial, como também havia quem acreditasse em um declínio norte-americano (NYE, 1990). Os Estados Unidos não eram mais tão poderosos quanto ao fim da II Guerra Mundial e as mudanças no cenário internacional alteravam a natureza do poder, tornando-o cada vez menos coercitivo. Dessa forma, crescia a importância de se investir em *soft power*, principalmente através da televisão, que, por ter um certo elemento de trivialidade, proporcionava mais oportunidades de disseminar a mensagem americana e influenciar as preferências dos outros (NYE, 1990).

No âmbito da televisão, isso era alcançado através de uma disseminação de canais com temas e para audiência específicos – *History Channel*,⁴⁸ *Home and Garden Television*,⁴⁹ *Food Network*⁵⁰ – na tentativa de atrair e agradar cada vez um número maior de telespectadores, ao mesmo tempo que os estúdios garantiam a distribuição de seus programas através da fundação de seus próprios canais. Definir e reforçar a identidade da estação de televisão passara a ser fundamental à medida em

⁴⁷ *Hard Power*: poder advindo do uso da coerção e da ameaça militar visando influenciar o comportamento dos demais.

⁴⁸ *History Channel*: canal da TV à cabo que possui uma programação especialmente dedicada ao relato de eventos históricos.

⁴⁹ *Home and Garden Television*: canal à cabo cuja programação normalmente aborda formas de remodelar e conservar a casa.

⁵⁰ *Food Network*: canal especializado em comida, principalmente através da transmissão de receitas, e alimentação.

que o meio tornava-se cada vez mais caótico; mostrando-se, dessa forma, como um plano de *marketing* mais útil do que as estratégias de produção por ser uma inovação na transmissão de programas já conhecidos (EDGERTON, 2007). Adorno e Horkheimer (1947, p. 29) já defendiam que as “inovações típicas consistam sempre e tão somente em melhorar os processos de reprodução em massa não é de fato extrínseco ao sistema”, o que se mostrou preciso e coerente com a realidade. Ainda, esta fórmula se mostrou mais próspera e facilitou a exportação dos programas pela variedade demográfica dos Estados Unidos – uma vez que satisfazia diferentes tipos de pessoas e a nação como um todo – estabelecendo uma presença cada vez maior da televisão norte-americana no exterior.

O pressuposto que todas as culturas têm semelhanças universais é uma das ficções dominantes da modernidade ocidental [...]. Porque os profissionais estão neste negócio em que é necessário a venda da programação o mais amplamente possível, eles têm uma boa razão para promover a idéia de que todas as culturas do mundo são basicamente a mesma (EDGERTON, 2007, p. 409, tradução nossa).⁵¹

Acreditava-se que as séries de sucesso iriam se sair bem em qualquer lugar do mundo, já que era vendida a idéia que certas características eram comum à todos. No entanto, por estar inserida em um contexto global, a televisão afetava profundamente comunidades em todo o mundo. Por isso, foram traçados padrões transnacionais constantes que se recusavam a ignorar qualquer segmento, de forma a conectar todos em uma zona cultural (EDGERTON, 2007).

Por outro lado, enquanto os canais pareciam se multiplicar, as companhias detentoras destes canais faziam o caminho inverso: emergiam-se. Como Miguel (2002, p. 165) afirma, “uma das características definidoras da mídia é a desigualdade entre emissor e receptores, ou seja, o fato de que os emissores formam um conjunto razoavelmente restrito em relação ao universo dos receptores”. Assim, visando estimular a competição para não só aumentar o número de opções dos consumidores, como também reduzir os preços, foi estabelecida a Lei das Telecomunicações de 1996, que eliminou as barreiras regulatórias que impediam a concentração da posse de mídias.⁵² Os grandes canais abertos se tornaram subsidiárias de cinco conglomerados

⁵¹ “The assumption that all cultures have universal similarities is one of the dominant fictions of Western modernity [...]. Because the professionals are in the business of selling their programming as widely as possible, they have good reason to promote the Idea that all the world’s culture are basically the same” (EDGERTON, 2007, p. 409).

⁵² *Telecommunication Act of 1996.*

midiáticos; consolidando, assim, a posse dos meios de comunicação de massa e possibilitando que, durante o advento da Era Digital, diferentes tecnologias convergissem (EDGERTON, 2007). Esta sinergia, encarada pelos empresários como “a forma mais eficiente de capitalizar a crescente tendência de fragmentação da audiência” (EDGERTON, 2007, p. 351, tradução nossa)⁵³, resultou em uma melhoria considerável na recepção. O sinal agora era melhor, mais barato e mais rápido do que nunca, o que significava também que a televisão estava mais disponível e difundida; dado que a prosperidade da economia causou o *television boom*⁵⁴ (EDGERTON, 2007).

2.4 Pós- 11 de Setembro

Os ataques de 11 de Setembro trouxeram consigo medo, confusão e revolta; tendo em vista que nunca antes havia ocorrido um ataque tão violento em solo estadunidense, ainda mais a um ponto turístico tão notório como o *World Trade Center*. Muitos americanos se questionavam porque os demais países – principalmente os do Oriente Médio – os ressentiam tanto, se tudo o que eles faziam era promover valores universais pelo mundo. Todavia, o problema não era os valores, mas sim a maneira política externa norte-americana, que se utilizava da força para alcançar seus objetivos.

Por outro lado, por mais que não se possa negar que este acontecimento seja trágico, a transformação dele em um trauma é uma fabricação da mídia como um todo, e da televisão em particular devido ao seu alcance. Transfigurá-lo em um espetáculo definidor de uma época, de modo que comova toda a opinião pública, é um instrumento para a despolitização; uma vez que choca a população, os distrai de assuntos reais e impede sua superação – ou seja, ao aumentar significativamente a dimensão do evento, a mídia acaba por reduzir os indivíduos a agentes passivos (KELLNER, 2008).

Em todo o caso, uma maneira de neutralizar o dano à imagem estadunidense seria promoção cultural estadunidense; uma vez que a cultura dos Estados Unidos costuma ser bem mais atraente que suas políticas (NYE, 2004). Entretanto, o país

⁵³ “the most efficient way of capitalizing on the growing tendency toward ever-greater audience fragmentation” (EDGERTON, 2007, p. 351).

⁵⁴ *Television Boom*: Crescimento acentuado nas vendas de aparelho de televisão.

líder mundial em comunicação não conseguiu reconhecer e explorar tal oportunidade. Não se investia mais em *soft power* como antes; dado que ele ficara tão estigmatizado como um artifício de combate na Guerra Fria que não perceberam que, no auge da globalização, ele se tornara ainda mais importante (NYE, 2004). Foi necessário os ataques de 11 de Setembro para que os americanos reconhecessem este fato.

Esse pessimismo cultural não somente era refletido, mas mais ainda reforçado através da tendência da mídia de massa em destacar histórias pessimistas (NYE, 2002). “Aqueles que controlam as imagens e as narrativas que elas guardam, controlam a história” (RICH, 2003 apud EDGERTON, 2007, p. 375, tradução nossa);⁵⁵ o que justifica porque os cidadãos americanos se apegaram aos seus aparelhos de televisão na tentativa entender os terríveis acontecimentos.

Os enredos eram mais patrióticos do que nunca, fixando-se em retratar servidores públicos como heróis e estrangeiros como vilões. A bandeira norte-americana era constantemente vista nos programas: no canto inferior direito nos telejornais ou discretamente introduzida nos cenários de filmes e séries (EDGERTON, 2007). O discurso tinha uma lógica particular: “um claro início (11 de Setembro de 2001), um violento meio (guerra) e um fim moral (vitória)” (EDGERTON, 2007, p. 385, tradução nossa).⁵⁶

Assim, os ataques de 11 de Setembro e suas conseqüências foram utilizados, na televisão, visando um interesse específico: chocar a audiência de forma a conseguir a aprovação da população para as políticas que seriam implementadas. Isso ocorreu pois, mesmo que depois a cobertura da mídia e os planos de Bush se desconectassem, gerando críticas pelo contínuo uso da violência, durante grande parte do tempo “a televisão foi o principal fórum em que esse acordo tácito entre a política do governo e o consenso público foi alcançado” (EDGERTON, 2007, p. 383, tradução nossa).⁵⁷

No âmbito internacional, o que ocorria perante os países que não estavam envolvidos na “guerra ao terror” estava mais relacionado à uma “guerra de idéias”. Tendo em vista que Hollywood dependia das exportações para custear os déficits da produção interna, pensou-se em inserir mitos relativos à cultura americana – individualidade, riqueza, progresso, tolerância, otimismo – em programas de sucesso,

⁵⁵ “*Those who control the images and the narrative they encapsulate, control history*” (RICH, 2003 apud EDGERTON, 2007, p. 375).

⁵⁶ “[...] *a clear beginning (September 11, 2001), a forceful middle (war) and a moral end (victory)*” (EDGERTON, 2007, p. 385).

⁵⁷ “*Television was the pivotal forum on which this tacit agreement between government policy and public consensus was reached*” (EDGERTON, 2007, p. 383).

como: *Friends*, *The Oprah Winfrey Show*, *Survivor*, *Desperate Housewives*. Os demais países privilegiavam de tal forma a programação americana que mais da metade da renda nesta área vinha de fora dos Estados Unidos; tendo em vista que muitas vezes eles importavam não só os programas, como também seus formatos para serem adaptados à realidade local. Filmes poderiam até ser mais glamourosos, mas os ganhos com a televisão chegavam a ser seis vezes maiores (EDGERTON, 2007). Isso se dava porque as pessoas estavam assistindo mais televisão do que em qualquer outro momento da história deste meio de comunicação. Com mais de cem canais à disposição, assistir televisão havia se tornado tão importante que ficava atrás apenas de dormir e trabalhar (EDGERTON, 2007). A população se tornara midiacêntrica – ou seja, utilizava-se de mídias, principalmente a televisão, enquanto fazia outras coisas – e, com isso, não percebiam o quanto realmente as consumia.

Com isso, o entretenimento mundial era amplamente dominado pela cultura popular americana, o que era encarado pelos empresários como uma grande oportunidade. Dessa forma, anunciantes começaram a trabalhar com os roteiristas e produtores de forma a incorporar seus produtos na trama das séries; tornando-se mais difícil para os telespectadores ignorarem as propagandas.

Por fim, percebe-se que as mudanças ocorridas na América após os ataques de 11 de Setembro não foram apenas de ordem política, social, moral ou cultural; mas também na forma de disseminação destas transformações – o que justifica porque se tem a sensação que a história será dividida em antes e depois de 11 de Setembro de 2001 (EDGERTON, 2007).

3. ESTUDO DE CASO: ANÁLISE DOS VALORES NORTE-AMERICANOS PRESENTES EM SERIADOS

Este último capítulo visa mostrar a realidade do que já foi argumentado nos capítulos anteriores: como os valores – liberdade, democracia, patriotismo – e a ideologia estadunidenses são propagados através de programas de televisão, não deixando também de construir a opinião pública internacional.

[...] Há uma proporção muito importante de pessoas [...] que estão devotadas de corpo e alma à televisão como fonte única de informações. A televisão tem uma espécie de fato monopólio sobre a formação das cabeças de uma parcela [...] da população. (BOURDIEU, 1997, p. 23)

Logicamente, este movimento não é unilateral; dado que, para uma comunicação efetiva, deve-se levar em consideração as perspectivas e culturas alheias. O movimento de ideais em si pode até ser instantâneo, mas sua compreensão e aceitação depende das diferenças culturais, que limitam significativamente a extensão do poder norte-americano (NYE, 2002).

Em todo caso, a televisão serve de instrumento na fabricação do consenso (CHOMSKY, 2003) e na criação da realidade, atribuindo aos fatos um “um sentido que não corresponde absolutamente à realidade” (BOURDIEU, 1997, p. 24).

3.1 24 Horas

24 Horas é um seriado de ação norte-americano narra um dia da vida do agente da fictícia Unidade Contra-Terrorismo Jack Bauer, que frequentemente tem que correr contra o relógio para evitar ataques terroristas em solo americano. Seu sucesso decorre do seu formato inovador, que exhibe, em tempo real, as aventuras de Bauer.

A primeira temporada retrata as ameaças de um atentado contra o primeiro candidato afro-americano a presidente com reais chances de vitória. Depois de um ano e meio, passa-se a segunda temporada, cuja trama conta com a tentativa de se evitar a explosão de uma bomba nuclear na cidade de Los Angeles que poderá ter como consequência uma guerra contra três países do Oriente Médio. Passaram-se três anos e, na terceira temporada, Jack tem que se infiltrar no mundo do narcotráfico para obter uma arma biológica que vem sendo comercializada enquanto lida com seu vício

em heroína, adquirido durante uma operação. Após mais um ano e meio, durante a quarta temporada, o Secretário de Defesa, juntamente com a filha, é seqüestrado por terroristas que utilizam esse fato para tirar o foco de uma ameaça de ataque nuclear. Decorrido mais um ano e meio, Jack retorna de uma morte forjada após ser acusado de assassinar, à queima roupa, um ex-presidente americano. Além disso, deve-se impedir que uma arma química seja liberada, o que atrapalharia a assinatura de um acordo de cooperação entre Estados Unidos e Rússia. Já a sexta temporada revela uma América caótica, em que a única maneira de impedir sucessivos ataques terroristas é sacrificando Bauer, que tem sido mantido como prisioneiro pelo governo chinês por mais de um ano. Em seguida é lançado o filme *24 Horas: Redenção*, em que Jack Bauer deve proteger os civis durante um golpe militar no fictício país africano de Sangala. Por fim, nas sétima e oitava temporadas, a rede de segurança é invadida e o Primeiro-Ministro sangalês é seqüestrado durante uma visita oficial aos Estados Unidos. Por fim, em sua última, um acordo de paz tripartite é posto em perigo quando cidadãos russos ameaçam explodir uma bomba se o líder islâmico não foi entregue a eles. A todo esse enredo frequentemente se soma traições e corrupções de um lado e, por outro, a busca da resolução do conflito a qualquer custo.

Bastante aclamada pela crítica, a série ganhou inúmeras indicações a premiações internacionais, destacando-se aos Globos de Ouro de Melhor Série de Drama e Melhor Ator em Série de Drama para Kiefer Sutherland (Jack Bauer). Seu êxito é manifestado também nos seus índices de audiência, que contou com uma média de 11 milhões de telespectadores durante toda sua exibição. Assim, seu bom desempenho fez com que a série fosse exportada para mais de cinquenta países nos cinco continentes.

Desse modo, fica claro que não só a série como um todo, mas também o personagem Jack Bauer em particular, conquistaram os Estados Unidos, e de certa forma o mundo; tornando possível uma disseminação facilitada dos valores e ideais por eles exaltados.

3.1.1 Jack Bauer e a Doutrina Bush

Se a televisão norte-americana, por uma necessidade comercial, diz respeito aos valores que conectam a maioria, é perfeitamente compreensível o motivo pelo qual o seriado *24 Horas* fez tanto sucesso durante o governo do Presidente George W. Bush:

ele refletia as preocupações da ‘Era Bush’. O pensamento que permeava o *National Security Strategy of the United States*, de setembro de 2002 – de que os terroristas seriam derrotados de qualquer forma – foi otimizado não só por toda programação jornalística do canal *20th Century Fox*, como mais especificamente através do personagem Jack Bauer; viabilizando, assim, os objetivos presentes no *Project for the New American Century*:

aumentar significativamente os gastos com defesa [...]; desafiar regimes hostis aos nossos interesses e valores; [...] promover, no exterior, a liberdade política e econômica; [...] aceitar a responsabilidade pelo papel unido da América em preservar e estender uma ordem internacional conveniente à nossa segurança, nossa prosperidade, e nossos princípios (*The Project for The New American Century apud BANDEIRA, 2005, p. 639, tradução nossa*).⁵⁸

Estes princípios geram uma certa influência internacional; afinal, ninguém pode se opor a iniciativas que se baseiam em preceitos morais supostamente universais e apenas gerariam mais segurança no cenário internacional.

Assim, incorpora-se à programação televisiva que detém certo apelo popular máximas governamentais pois, uma postura característica da mídia em momentos de crise é sua tentativa de mobilização da população (CHOMSKY, 2005); uma vez que “a crise é capaz de modificar a opinião pública” (CHOMSKY, 2003, p. 30). Afinal, por mais que os acontecimentos de 11 de Setembro não alterem em essência a geopolítica atual básica, é possível que abalem por muito tempo as estruturas políticas norte-americanas (WALLERSTEIN, 2004).

Dessa forma, é preciso, primeiramente, insuflar o medo do inimigo (CHOMSKY, 2003) e isso fica evidente em uma das falas expressas logo nos primeiros episódios da primeira temporada:

Jack: Eu era militar. Costumava fazer trabalho de campo para a CIA. Eu estive em alguns lugares horríveis, eu vi algumas coisas terríveis. Eu acho que nunca estive tão assustado na minha vida (1^a Temporada, Episódio 9, tradução nossa).⁵⁹

⁵⁸ “to increase defense spending significantly [...]; to challenge regimes hostile to our interests and values; [...] to promote the cause of political and economic freedom abroad; [...] to accept responsibility for America’s unique role in preserving and extending an international order friendly to our security, our prosperity, and our principles” (*The Project for the New American Century apud BANDEIRA, 2005, p. 639*).

⁵⁹ “**Jack:** I used to be in the military. Used to do field work for the CIA. I’ve been to some horrible places, I’ve seen some pretty terrible things. I don’t think I’ve ever been this scared in my whole life (Season 1, Episode 9).”

Estando a população temerosa com relação à situação real do país frente aos inimigos, faz-se necessário estipular e caracterizar aqueles que lhes apavoram. Na série, eles são encarnados pelos mais óbvios adversários: os muçulmanos, os chineses e os russos. Mas, como Bandeira (2005) afirma, o movimento radical islâmico encontra-se espalhado por diversos países do mundo; ou seja, é um “inimigo difuso” que se adota o terrorismo, mesmo que seja necessário sacrificar a sua própria vida. Por isso, recorre-se a estereótipos, não só físicos, como também relativos às suas supostas convicções – fanáticos, violentos e anti-democráticos – facilitando, assim, a identificação desta nova ameaça:

Ali: Eu estou fazendo o trabalho de Allah.

Jack: Não, você está matando milhões de pessoas. É isso que está fazendo (2ª Temporada, Episódio 12, tradução nossa).⁶⁰

Jack: Você está desperdiçando meu tempo. Quando a bomba vai detonar?

Ali: É você que está desperdiçando tempo. Eu acordei hoje sabendo que iria morrer.

Jack: Eu posso te fazer morrer com mais dor que você possa imaginar.

Ali: Então eu terei muito mais prazer no Paraíso (2ª Temporada, Episódio 12, tradução nossa).⁶¹

Jack: Eu sei que você acha que isso vai favorecer a sua causa. Mas, no fundo, eu não acho que você queira prosseguir com isso. Eu não acho que você conseguiria justificar a morte de milhões de pessoas inocentes.

Marie: Ninguém é inocente neste país. Eu não tenho medo de morrer.” (2ª Temporada, Episódio 14, tradução nossa).⁶²

Todavia, a mesma postura, tomada por um americano, adquire um teor nobre de patriotismo:

Jack: Você entende qual é a diferença entre morrer por algo e morrer por nada? A única razão pela qual eu lutei tanto para me manter vivo [...] era que eu não queria morrer por nada. Neste dia, eu posso morrer por alguma coisa. Do meu jeito, minha escolha. Para ser honesto, será um alívio (6ª Temporada, Episódio 1, tradução nossa).⁶³

⁶⁰ “**Ali:** I am doing Allah’s work.

Jack: No, you’re going to kill millions of people. That’s what you’re doing (Season 2, Episode 12).

⁶¹ “**Jack:** You’re wasting my time. When is the bomb gonna detonate?

Ali: You’re the one wasting time. I woke up today knowing I would die.

Jack: I can make you die with more pain that you ever imagined.

Ali: Then I will have that much more pleasure in Paradise (Season 2, Episode 12).”

⁶² “**Jack:** I know you think this is going to further your cause. But, deep down, I don’t think you want to go through with it. I don’t think you can justify killing million of innocent people.

Marie: Nobody’s innocent in this country. I’m not afraid to die (Season 2, Episode 14).”

⁶³ “**Jack:** Do you understand the difference between dying for something and dying for nothing? The only reason I fought so hard to stay alive [...] was because I didn’t want to die for nothing. This day I can die for something. My way, my choice. To be honest with you, it will be a relief (Season 6, Episode 1).”

Com isso, nota-se certo ‘relativismo moral’ (CHOMSKY, 2003); ou seja, os preceitos que guiam os comportamentos dos funcionários e cidadãos dos Estados Unidos são tratados de forma diferenciada quando adotados por estrangeiros, de forma que os critérios aplicados aos outros não são aplicados a eles mesmos. Assim, cria-se uma dicotomia entre fanatismo e nacionalismo; ou como eles denominam entre o bem e o mal. Seria como se a resposta ao clima de medo favorecido pela intolerância terrorista fosse o nacionalismo exacerbado (BANDEIRA, 2005), mesmo que em essência ambos tivessem o mesmo princípio: a intransigência.

Outro tema que é avaliado de maneira diferente quando praticada por americanos é o desrespeito aos direitos humanos e à diplomacia. Vários personagens são regularmente vistos praticando torturas, ignorando os direitos individuais ou utilizando-se de ameaças e coerção:

Lennox: Nosso país está em estado de sítio! Agora você é a Assessora de Segurança Nacional, Karen. Francamente, estou surpreso com a sua resistência.

Karen: Esses lugares que você está construindo... eles são campos de concentração!

Lennox: “Instalações para detenção”. E os critérios para determinar quem deve ser detido são bem razoáveis.

Karen: Razoáveis? Esses seus planos justificam prender qualquer americano que reze em direção à Mecca.” (6ª Temporada, Episódio 1, tradução nossa)!⁶⁴

Renée: Faça o que tiver que fazer. Torture-o se for necessário (7ª Temporada, Episódio 1, tradução nossa).⁶⁵

Larry: Era para trazermos os suspeitos, não matá-los! (7ª Temporada, Episódio 8, tradução nossa)⁶⁶

Embaixador: Senhor Presidente, meu governo me alertou da arma nuclear em direção ao meu país.

Wayne: Sim, é isso mesmo, Senhor Embaixador. Nós somos fiéis às nossas ameaças (6ª Temporada, Episódio 17, tradução nossa).⁶⁷

⁶⁴ “**Lennox:** *Our country is under siege! Now, you’re the National Security Advisor, Karen. Frankly, I’m surprised by your resistance.*”

Karen: *These places you keep building... they’re nothing more than concentration camps!*

Lennox: *“Detention Facilities”. And the criteria for determining who shall be detained are very reasonable.*

Karen: *Reasonable?! This revised plans of yours justifies locking up every American who prays toward Mecca (Season 6, Episode 1)!*

⁶⁵ “**Renée:** *Do whatever it takes. Torture him if you have to (Season 7, Episode 1).*”

⁶⁶ “**Larry:** *We’re supposed to bring suspects, not kill them (Season 7, Episode 8)!*”

⁶⁷ “**Ambassador:** *Mr. President, my government has alerted me of the nuclear weapon currently headed toward my country.*

Wayne: *Yes, that’s correct, Mr. Ambassador. We’ve made good on our threat (Season 6, Episode 17).*”

Daniels: Abu Fayed, cidadão de seu país, entra nos Estados Unidos e detona uma bomba nuclear, matando milhares! Depois, Assad tenta matar o presidente.

Embaixador: Nós não podemos ser responsabilizados. O senhor sabe muito bem que nós temos cooperado desde o início desta crise. Essas ameaças contra nós são imprudentes e improdutivas. Eu tinha um acordo com seu presidente.

Daniels: E agora o senhor terá um comigo! O senhor nos ajuda a achar esses dispositivos nucleares antes que mais algum exploda ou eu mandarei todo o poder militar da nossa nação ao seu país (6ª Temporada, Episódio 13, tradução nossa).⁶⁸

Wallerstein (2004) acredita que esse tipo de situação acontece porque os norte-americanos, que indiscutivelmente detém um poder maior que os demais, têm mais ideais porque eles podem, mais que os outros, ignorá-los. Há a necessidade de restaurar a noção de bom comportamento, o reconhecimento de que independente do que a superpotência faça, sempre será nobre e justo; de forma que isto se direcione o resto do mundo. Entretanto, ela cria barreiras intransponíveis a esta moralidade defendida por eles mesmos ao deixa claro que não se sujeitará a nenhum outro tipo de autoridade, mesmo que advindas de seus próprios valores.

Já Chomsky (2003) chama isso de hipocrisia por querer aplicar às outras pessoas comportamentos que eles mesmos ignoram. Ele afirma que se acredita que a agressão deve ser contida com o emprego rápido da violência; dando à palavra “terrorismo” um sentido do que é apenas feito contra eles e não mais o seu sentido original de “uso deliberativo da violência ou a ameaça do seu uso para atingir objetivos de natureza política, religiosa ou ideológica... através da intimidação, coerção ou pela implantação do medo” (CHOMSKY, 2003, p. 73). Assim, quando são eles mesmos que praticam essas atrocidades, não é terrorismo, mas apenas a defesa de um princípio universal; invocando a ‘equivalência moral’.⁶⁹ Todavia, esta atitude dos Estados Unidos é compreensível. Chama-se firmar credibilidade: conscientiza-se o inimigo das conseqüências de se colocar no caminho deles (CHOMSKY, 2003).

Os Estados Unidos utilizam cada vez mais o pretexto de ‘guerra ao terror’ para resguardar e promover o terrorismo empregado por ele mesmo (CHOMSKY, 2003);

⁶⁸ **Daniels:** *Abu Fayed, a citizen of your country, enters the United States and detonates a nuclear bomb, killing thousands! Next, Assad attempts to assassinate the president.*

Ambassador: *We can not be held responsible. You know fully well that we have cooperated with you since the inception of the crisis. These threats against us are reckless and counter-productive! I had an understanding with your president.*

Daniels: *And now you're going to have one with me! You help us find these nukes before another goes off, or I'll release the full military power of our nation on your country (Season 6, Episode 13).*

⁶⁹ Equivalência Moral: “termo inventado [...] para espantar o perigo de alguém ter a petulância de apontar os nossos próprios crimes” (CHOMSKY, 2003, p. 71).

ou seja, ‘terrorismo de Estado’.⁷⁰ Contudo, isso acontece não como em um estado totalitário, onde o emprego da força é corrente e indispensável; mas sim em circunstâncias de liberdade. Por causa disso, entende-se como terrorismo apenas o que é descrito pelo governo; quando este o utiliza, é encarado como ‘conflito de baixa intensidade’ ou ‘contra-terrorismo’ (CHOMSKY, 2003).

Terrorismo nos manuais do governo é a arma dos mais fortes, como a maioria das armas, mas por definição ela é a arma dos mais fracos, desde que se entenda a palavra “terrorismo” apenas como o terrorismo feito contra nós (CHOMSKY, 2003, p. 74).

A questão é que, apesar de tudo isso, Bauer é constantemente exaltado por suas ações:

Audrey: Jack Bauer tem antecedentes de um ótimo serviço a este país (5ª Temporada, Episódio 2, tradução nossa)!⁷¹

Novick: Jack Bauer tem protegido as vidas americanas durante toda sua carreira (5ª Temporada, Episódio 21, tradução nossa)!⁷²

E o próprio Jack Bauer acrescenta:

Jack: Lógico que eu tenho arrependimentos. [...]. Todo dia eu me arrependo de olhar nos olhos de homens, mulheres e crianças sabendo que a qualquer momento suas vidas podem ser julgadas como dispensáveis em um esforço para proteger o bem maior. Eu me arrependo de toda decisão ou equívoco que eu possa ter cometido e tenha resultado na perda de uma única vida sequer. Mas sabe do que eu mais me arrependo? É que esse mundo precisa de pessoas como eu (7ª Temporada, Episódio 14, tradução nossa).⁷³

Dessa forma, confirma-se que se vê neste personagem a postura ideal de um cidadão americano, que adota de tal forma os preceitos contidos no *National Security Strategy of the United States* que acaba por incorporá-los; estando disposto a matar, morrer ou ignorar as regras pelo bem maior: a nação.

Com a mudança de governo e a posse do presidente Barack Obama, os princípios da política estadunidense foram aparentemente alteradas também; uma vez

⁷⁰ Terrorismo de Estado: Recurso utilizado por países como arma de persuasão e controle da população e eliminação de focos de oposição através do uso da violência e do medo.

⁷¹ “**Audrey:** Jack Bauer has a history of a great service to this country (Season 5, Episode 2)!”

⁷² “**Novick:** Jack Bauer has spent his entire career protecting American lives (Season 5, Episode 21)!”

⁷³ “**Jack:** Of course I have regrets [...]. Everyday I regret looking into the eyes of men, women and children knowing that any moment their lives might be deemed expendable in an effort to protect a greater good. I regret every decision or mistake that I might have made which resulted in the loss of a single innocent life. But do you know what I regret the most? Is that this world needs people like me (Season 7, Episode 14).”

que os valores da maioria passaram a ser expressos por um presidente eleito por essa mesma maioria. Essa mudança fica bem evidente nos eventos do filme e das duas últimas temporadas: o trabalho humanitário de Jack, em Redenção; seu julgamento por suas atividades ilegais na sétima temporada,; e, na oitava temporada, a assinatura de um acordo de paz. É possível observá-la mais claramente no discurso presente no último episódio da série:

Jack: A paz duradoura não pode ser apenas política. Ela tem que nascer da confiança e da honestidade e do entendimento e, mais importante, do desejo de ambos os lados de seguir em frente [...] (8ª Temporada, Episódio 24, tradução nossa).⁷⁴

Isto coincide com o seguinte relato de Chomsky (2005, p. 31): “‘o toque dos tambores conclamando à guerra... mal é ouvido nas ruas [...]’ e os apelos de paz ‘superam em muito a exigência de retaliação’”.

Logicamente, a série tem um caráter distintivo que não pode ser apenas transformado, o que explica a busca de uma paz a qualquer custo; alegando-se que nunca existirá uma situação ideal e que esta é a oportunidade de tornar o mundo um lugar melhor.

3.2 *The West Wing*

Já a série dramática *The West Wing*⁷⁵ relata os bastidores da administração presidencial do fictício democrata Josiah Bartlet, acompanhando as questões políticas e legislativas.

Nas três primeiras temporadas, abordou-se, essencialmente, temas domésticos: o começo do mandato, as eleições para o Congresso, o novo corpo de membros do Legislativo e a campanha para a reeleição. Já nas seguintes, privilegiou-se os temas internacionais, especialmente o terrorismo. Por fim, as duas últimas trataram-se da mudança de governo desde as primárias às eleições presidenciais propriamente ditas, passando por todo o processo de campanha.

⁷⁴ “**Jack:** Lasting peace cannot simply be political. It has to be born out of trust and honesty and understanding and most importantly, a will on both sides to move forward. [...] (Season 8, Episode 24).”

⁷⁵ A série recebeu esse nome por se passar na ala oeste da Casa Branca; onde se encontra, principalmente, o gabinete do Presidente (Oval Office), os gabinetes dos funcionários sêniores e a sala de conferência do Conselho de Segurança Nacional (Situation Room).

O seriado ganhou três Globos de Ouro e 27 Emmys, incluindo o de Melhor Série de Drama por quatro anos consecutivos (2000 – 2003). Quanto à audiência, com picos de 17 milhões e média geral de 16 milhões, sendo seu menor índice de 8 milhões em sua última temporada. Fora dos Estados Unidos, chegou a ser exibido em mais de 20 países, entre eles: Reino Unido, Canadá, Austrália, Japão, Brasil, Quênia, Índia e Tailândia.

Com isso, pode-se facilmente concluir que ela não só era aclamada pela Academia de Artes & Ciências Televisivas⁷⁶, como também por uma vasta multidão de telespectadores, em sua maioria bem politizada.

3.2.1 Bartlet X Clinton

Da mesma forma que há um notório paralelo entre as políticas adotadas pelo Presidente George W. Bush e a série 24 Horas, pode-se facilmente traçar uma analogia entre *The West Wing* e o governo de Bill Clinton, ambos democratas.

Primeiramente com personagens pensados a partir de figuras reais presentes quadro de funcionários do Presidente Clinton. O personagem Sam Seaborn foi baseado na pessoa de George Stephanopoulos, diretor de comunicações e conselheiro na campanha de 1992. Já o papel de Josh Lyman foi imaginado a partir de Rahm Imanuel, que na época era conselheiro sênior e que, atualmente, é chefe de pessoal do Presidente Barack Obama.

Tem-se também eventos que foram assumidamente inspirados em situações enfrentadas por Clinton. No âmbito da política interna, houve a polêmica declaração da primeira dama, Abbey Bartlet, que alegou ser “apenas uma mãe e esposa”, diminuindo tais funções. Hillary Clinton, ao ser questionada a respeito de suas atribuições políticas, respondeu, com uma certa ironia, que ela poderia muito bem ficar em casa assando biscoitos; o que criou um certo frenesi por todo país por causa de seu menosprezo às estruturas familiares tradicionais.

Há ainda a questão dos escândalos sexuais enfrentados por um dos assessores do Presidente Bartlet e pelo Vice-Presidente Hoynes, que foi obrigado a renunciar. O mesmo aconteceu com o próprio Presidente Clinton, que mantinha relações sexuais com uma de suas funcionárias, Monica Lewinsky. Por causa disso, chegou-se até a

⁷⁶ Academy Television Arts & Sciences (ATAS).

solicitar seu *impeachment*, mas o pedido não foi longe. Apesar de guardar algumas diferenças com a realidade, acredita-se que não escolheram o Presidente Bartlet como pivô desta controvérsia para não se desestruturar a imagem da família americana.

No contexto internacional, o genocídio no fictício Kundo reflete exatamente o massacre de Ruanda em 1994, não obstante as ações de ambos os presidentes tenham sido diferentes.

Foi exibida também uma crise haitiana que provocou a queda de seu presidente. Em 1991, houve o golpe de Estado liderado pelo General Raoul Cedras. Três anos depois, Clinton conseguiu negociar com as forças armadas do país a volta do antigo Presidente Aristides e sua redemocratização.

Entretanto, observa-se certa degradação dos países e povos aos quais se presta ajuda:

Mr. Lokobo: O governo congues não se relaciona com assassinos.

C.J.: O governo congues é um mito (3ª Temporada, Episódio 13, tradução nossa)!⁷⁷

Bartlet: Por que uma vida kudanesa vale menos que uma vida americana?

Will: Eu não sei, mas vale (4ª Temporada, Episódio 14, tradução nossa).⁷⁸

Não se considera que isto é uma particularidade do governo Clinton, mas sim um valor típico acolhido pelos governantes americanos. A própria intervenção na política interna de um país, mesmo que para fins humanitários, é normalmente vista como uma atitude arrogante e paternalista; uma vez que ela geralmente ocorre quando não se acredita que o governo daquele país possa lidar com a situação. Wallerstein (2005, p. 210) acredita que “a difamação dos outros é indispensável para manter a autoconfiança interna que possibilita o exercício efetivo de um poder mundial”.

Esta degradação pode ser percebida de certa forma na visão elitista de política que o Presidente Bartlet tem. Diante da dinâmica de um *reality show*, ele perguntou:

Bartlet: [...] Toby, diga-me, essas pessoas não votam, não é? (1ª Temporada, Episódio 12, tradução nossa)⁷⁹

⁷⁷ “**Mr. Lokobo:** *The Congolese government doesn't associate with murderers.*

C.J.: *The Congolese government is a myth (Season 3, Episode 13)!*”

⁷⁸ “**Bartlet:** *Why is a Kudanesa life worth less than an American life?*

Will: *I don't know, but it is (Season 4, Episode 14).*”

⁷⁹ “**Bartlet:** [...] Toby, tell me: these people don't vote, do they? (Season 1, Episode 12)”

Isto pode ser compreendido, pois aos “auto-intitulados ‘homens de qualidade superior’” (CHOMSKY, 2004, p. 11) só cabe delimitar o espaço de ação da “multidão irresponsável de bestas com aparência humana”; ou seja, o povo.

Além disso, há casos evidentes de exaltação das ideologias do Partido Democrata – direitos civis, controle do porte de armas, casamento homossexual, diversidade cultural, plano de saúde universal, direito ao aborto, nacionalismo:

Sam: Nos anos 20 e 30, foi o papel do governo. Nos anos 50 e 60, foram os direitos civis. Nos próximos 20 anos será a privacidade. Relatórios de saúde. E quem é ou não é gay. Ademais, em um país nascido do desejo de liberdade, o que pode ser mais fundamental que isso? (1ª Temporada, Episódio 9, tradução nossa)⁸⁰

Toby: Precisamos de hispânicos (1ª Temporada, Episódio 20, tradução nossa).⁸¹

C.J.: [...] Houve 36 homicídios ontem à noite. 480 estupros, 3411 roubos, 3685 agressões, todos à mão armada. Se alguém acha que esses crimes poderiam ter sido evitados se as vítimas estivessem armadas, eu apenas as lembraria de que o Presidente dos Estados Unidos foi baleado ontem à noite mesmo rodeado pelos melhores seguranças na história do mundo (2ª Temporada, Episódio 2, tradução nossa).⁸²

Charlie: [...] Fui informado que este é o partido da inclusão (2ª Temporada, Episódio 2, tradução nossa).⁸³

Donna: Em uma sociedade livre, você não precisa de uma razão para tornar algo legal, você precisa de uma razão para tornar algo ilegal (2ª Temporada, Episódio 15, tradução nossa).⁸⁴

Fitzwallace: Eu também acho que a carreira militar não deve ser instrumento de mudança social. [...] O problema é que isso foi o que me disseram há cinquenta anos. Negros não devem servir com brancos, isso romperia com a unidade [...]. Quer saber? Rompeu sim a unidade. Quer saber o que mais? A unidade superou (1ª Temporada, Episódio 19, tradução nossa).⁸⁵

⁸⁰ “**Sam:** 20s and 30s it was the role of the government. 50s and 60s it was civil rights. The next 20 years it will be about privacy. [...] Health records. And who’s gay and who’s not. Besides, in a country born on the will to be free, what could be more fundamental than this?(Season 1, Episode 9)”

⁸¹ “**Toby:** We need hispanics (Season 1, Episode 20).”

⁸² “**C.J.:** [...] There were 36 homicides last night. 480 sexual assaults, 3411 robberies, 3685 aggravated assaults, all at gunpoint. And if someone thinks those crimes could have been prevented if the victims themselves had been carrying guns, I’d only remind you that the President of the United States was shot last night while surrounded by the best-trained armed guards in the history of the world (Season 2, Episode 2).”

⁸³ “**Charlie:** I’m told that this is the party of inclusion (Season 2, Episode 4).”

⁸⁴ “**Donna:** In a free society, you don’t need a reason to make something legal, you need a reason to make something illegal (Season 2, Episode 15).”

⁸⁵ “**Fitzwallace:** I also think the military shouldn’t be an instrument for social change. [...] Problem is, that’s what they were saying to me fifty years ago. Black shouldn’t serve with whites, it would disrupt the unit [...]. You know what? It did disrupt the unit. You know what else? The unit got over it (Season 1, Episode 19).”

Josh: Eu sirvo com prazer ao Presidente dos Estados Unidos (1ª Temporada, Episódio 19, tradução nossa).⁸⁶

3.3 Últimas Considerações

Fica claro que ambas as séries, apesar de suas respectivas particularidades, salientam os valores da atual potência mundial: os Estados Unidos da América. Elas podem até privilegiar determinados princípios devido a suas orientações partidárias; mas são apenas pequenas diferenças referentes a um mesmo objetivo (CHOMSKY, 2004): disseminar e aumentar seu *soft power*.

Esta sempre foi uma preocupação dos americanos; mas, nos últimos anos, foi reforçada devido ao crescente medo e desconfiança do mundo em relação à liderança política estadunidense.

O menosprezo pelas necessidades e pelos direitos humanos elementares combinava-se a uma demonstração de desdém pela democracia para o que não é fácil achar paralelos, tudo isso acompanhado de discursos abundantes em promessas de devoção aos direitos humanos e à democracia. O que se seguiu deve ser profundamente inquietante para todos aqueles que se preocupam com o mundo que deixarão para seus netos (CHOMSKY, 2004, p. 10).

Com ajuda de artifício como estes detalhados anteriormente, a opinião pública americana tomou um rumo diferente da opinião pública mundial, legitimando as ações governamentais pelo mundo. Dessa forma, surgiram protestos pelo mundo todo – uma vez que a população agora se preocupava mais com o poder ilimitado norte-americano do que com o terrorismo – constatando-se, assim, que existem “duas superpotências no planeta: os Estados Unidos e a opinião pública mundial” (*The New York Times* apud CHOMSKY, 2004, p. 10).

Entretanto, todo “sistema de poder [...] é sensível à dissidência da opinião pública” (CHOMSKY, 1999, p. 128) e, por mais que internamente a política externa estadunidense tivesse apoio – o que mudou com o tempo, transformando-se em um clamor por paz – no resto do mundo ela não era tão apreciada. Os cidadãos americanos diziam não entender porque seu país era tão odiado (NYE, 2004). Todavia, isso era um mal-entendido: o mundo admirava certos valores e aspectos da cultura americana; o problema era que os Estados Unidos, por falta de coerência em

⁸⁶ “**Josh:** I serve with pleasure the President of United States (Season 1, Episode 19).”

sua política externa, mostrava-se incapaz de perceber e explorar essa oportunidade (NYE, 2004).

Por isso, a América percebeu a importância de propagar sua influência pelo mundo; de modo a incorporar esta ‘outra superpotência mundial’.

CONCLUSÃO

Através de toda pesquisa realizada durante este trabalho acadêmico, pôde-se concluir que o *soft power* é de extrema importância, tendo em vista que conecta pessoas em um com visões de mundo inconciliáveis. Para implementar este poder, busca-se uma população passiva e aquiescente. Através da Indústria Cultural, mais especificamente da televisão, é reforçada e reproduzida as estruturas ideológicas; apresentando e fortalecendo a convicção dos indivíduos em uma realidade difícil de se evadir. Isso se dá porque a propaganda age na democracia da mesma forma que a força age no Estado totalitário; o que explica porque os Estados Unidos detém muito mais *soft power* do que qualquer outra nação.

Assim, a televisão, possuidora de um importante papel na disseminação deste poderio que não advém das armas, teve um importante papel em momentos da história dos Estados Unidos – na produção de consenso perante decisões polêmicas e na mobilização da opinião pública diante de um inimigo – e, em algum deles foi afetada por eles – como durante a II Guerra Mundial que a produção e transmissão televisiva foi limitada ou na Guerra Fria, com a “caça às bruxas” promovida pelo HUAC. Tudo isso pode ser percebido em programas atuais, que comprovam ainda que sua orientação político-partidária não altera sua essência ideológica.

Todavia, recentemente, este poder tem se mostrado em declínio na mesma medida que o anti-americanismo tem crescido; uma vez que os ataques de 11 de Setembro são, na superfície, ataques aos valores e à própria civilização estadunidense. As políticas de Washington afetaram negativamente a maneira como o mundo vê a América; tendo em vista que, por mais que a competência militar possa criar *soft power* – por gerar credibilidade –, o mal uso destes recursos pode enfraquecê-lo também; reduzindo, dessa forma, a capacidade dos Estados Unidos de atingirem seus objetivos sem utilizar a força. Ao acreditar ser forte o suficiente para fazer o que quiserem sem a necessidade da aprovação do resto do mundo, torna-se quase que inevitável um ressentimento nos demais; porém é justamente o *soft power* que pode reduzir esses antagonismos existentes. Ainda, a situação acaba por se deteriorar mais com a redução nos investimentos nesta área. É claro que não se pode negar que este poder é mais difícil de ser empregado – dado que o máximo que se pode fazer é promover, não é possível controlá-lo – mas, após sua implementação, ele se mostra mais eficiente.

Por isso, primeiramente, os Estados Unidos deveriam se preocupar em explicar suas decisões quanto a política externa, estabelecendo, assim, certa coerência política; ou seja, a estratégia de comunicação deve ser consistente com o ideal democrático. Em seguida, é necessário desenvolver trocas culturais; já que a comunicação não é um processo unilateral. Com isso, despertar-se-ia nos próprios cidadãos americanos uma maior sensibilidade às percepções alheias, fazendo-os perceber como as suas políticas são entendidas pelos demais. Dessa forma, a arrogância que atrapalha a disseminação de valores mais profundos seria diminuída e sua cultura convenceria mais pessoas do que os radicais terroristas poderiam recrutar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMSON, Albert; STERLING, Christopher H.. **A History of Television: 1942 to 2000**. Jefferson: McFarland & Company Inc. Publishers, 2003.

ALMEIDA, Jorge (Org.). **Theodor W. Adorno: Indústria Cultural e Sociedade**. 3 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos de Estado**. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

ARENDT, Hannah. **Entre o Passado e o Futuro**. 5 ed. São Paulo: Perspectiva, 2005.

ARGUELHES, Delmo de Oliveira; DOMINGOS, Marcelo José. Jazz, Rock'n'Roll, Música Pop, Regressão da Audição e Fetichismo na Música: Alguns Apontamentos sobre um Velho Texto de Theodor W. Adorno. **Universitas**. Brasília, v. 1, p. 89-115, 2001.

BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. **Formação do Império Americano: da Guerra contra a Espanha à Guerra do Iraque**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de Política**. Brasília: UnB, 1991.

BOTTOMORE, Tom. **Dicionário do Pensamento Marxista**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1988.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CASSAR, Jon. **24 Horas: Redenção**. São Paulo: Fox Film, 2009. 1 DVD.

CHOMSKY, Noam. **11 de Setembro**. 9. ed. Rio de Janeiro: Bertrand, 2005.

CHOMSKY, Noam. **Controle da Mídia: Os Especuladores da Propaganda**. Rio de Janeiro: Graphia, 2003.

CHOMSKY, Noam. **O Império Americano: Hegemonia ou Sobrevivência**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CHOMSKY, Noam. **O que o Tio Sam realmente quer**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1999.

COCHRAN, Robert; SURNOW, Joel. **24 Horas: 1ª a 7ª Temporada**. São Paulo: Fox Film, 2009. 42 DVD.

COCHRAN, Robert; SURNOW, Joel. **24: Season Eight**. U.S.: 20th Century Fox, 2010. 6 DVD.

COX, Robert W.. Gramsci, Hegemonia e Relações Internacionais: Um Ensaio sobre o Método. In: GILL, Stephen (Org.). **Gramsci, Materialismo Histórico e Relações Internacionais**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2007.

EDGERTON, Gary R.. **The Columbia History of American Television**. New York: Columbia University Press, 2007.

EMMY. **The Television Academy**. Disponível em: <<http://www.emmys.tv/academy>>. Acesso em 04 out. 2010.

FOX. **24**. Disponível em: <www.fox.com/24>. Acesso em: 12 jan. 2010.

GIRARDI JR, Liráucio. Poder simbólico, mídia e cidadania. **Communicare**. São Paulo, v. 5, n. 1, ano 0, p. 61-75, jan./jun. 2005. Disponível em: <www.facasper.com.br/cip/communicare/5_1/pdf/07.pdf>. Acesso em: 24 out. 2009.

GOMES, L. G. F. F.. Fansites ou o consumo da experiência na mídia contemporânea. **Horizontes Antropológicos**, v. 28, p. prelo-prelo2, 2007. Disponível em: <www.scielo.br/pdf/ha/v13n28/a13v1328.pdf>. Acesso em: 3 out. 2009.

GOMES, Wilson. Esfera Pública Política e Comunicação em Mudança Estrutural da Esfera Pública de Jüngen Harbemas. In: GOMES, Wilson & MAIA, Rousiley C.M.. **Comunicação e Democracia: Problemas & Perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008. p. 31 – 68.

IBGE. **Sistema de Informações e Indicadores Culturais: 2003 – 2005**. Disponível em: <www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/indic_culturais/2005/indic_culturais2005.pdf>. Acesso em: 10 maio 2010.

KELLNER, D. Globalization and Media Spectacle: From 9/11 to the Iraq War. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, Brasil, v. 1, n. 35, 2008. Disponível em <www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/view/5361/4880>. Acesso em 25 nov 2009.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A Construção do Saber: Manual de Metodologia da Pesquisa em Ciências Humanas**. Porto Alegre: Artmed, 1999.

MARINUCCI, Raquel Boing. Mídia e Relações Internacionais. **Universitas Relações Internacionais**, 2009.

MASI, Domenico de. **O Ócio Criativo**. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

MENDONÇA, Ricardo F. A mídia e a transformação da realidade. **Comunicação & política**. Rio de Janeiro, v. 24, n. 2, ano 0, p. 7-37, maio/ ago. 2006.

MEZZAROBA, Orides (Org.). **Gramsci: Estado e Relações Internacionais**. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2005.

MIGUEL, L. F.. Os meios de comunicação e a prática política. **Lua Nova**. Revista de Cultura e Política, São Paulo, v. 56, p. 155-184, 2002. Disponível em: <www.scielo.br/pdf/ln/n55-56/a07n5556.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2009.

NEGREIROS, Davys Sleman de. Mídia e política: a metamorfose do poder. **Revista Espaço acadêmico**. Ano II, n. 19, p. 1-7. dez. 2002. Disponível em:

<www.ibase.br/pubibase/media/ibasenet_dv24_artigo1.pdf>. Acesso em: 24 out. 2009.

NYE JR., Joseph S.. Soft Power. **Foreign Policy**, n. 80, p. 153-171, September/January 1990.

NYE JR., Joseph S.. The decline of America's soft power: why Washington should worry. **Foreign Affairs**, n.3, v. 83, p. 16-20, May/ June 2004. Disponível em: <www.sscnet.ucla.edu/polisci/faculty/lofchie/AmericasSoftPower.pdf>. Acesso em 18 out. 2009.

NYE JR, Joseph S.. **The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go It Alone**. Toronto: Oxford, 2002.

NYE JR., Joseph S.. Think Again: Soft Power. *Foreign Policy*, 1 March 2006. Disponível em: <<http://yaleglobal.yale.edu/content/think-again-soft-power>>. Acesso em 21 out. 2010.

NBC. **The West Wing**. Disponível em: <www.nbc.com/The_West_Wing>. Acesso em: 19 set. 2010.

NOGUEIRA, João Pontes; MESSARI, Nizar. **Teoria das Relações Internacionais: Correntes e Debates**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

LINKLATER, Andrew. The Achievements of Critical Theory. In: SMITH, Steve; BOOTH, Ken; ZALEWSKI, Marysia. **International Theory: Positivism and Beyond**. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.

TELLES, V. S. . Espaço público e privado na constituição do social: notas sobre o pensamento de Hannah Arendt. *Tempo Social*. **Revista de Sociologia da USP**, SÃO PAULO, v. 2, n. 1, p. 23-48, 1990.

SORKIN, Aaron. **The West Wing: The Complete Series Collection**. U.S.: Warner Home Video, 2006. 45 DVD.

WALLERSTEIN, Immanuel. **O Declínio do Poder Americano**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2004.