

**DENISE DE MELLO**

**O PAPEL DA MÍDIA NA COBERTURA  
INTERNACIONAL DA HEGEMONIA AMERICANA**

**Artigo de Conclusão do Curso  
de especialização em Relações  
Internacionais da UFPR – Setor  
de Ciências Humanas, Letras e  
Artes, Departamento de  
Ciências Sociais, como  
requisito final à obtenção do  
título de Especialista.**

**Orientador: Prof. Ms. José  
Renato Teixeira da Silva**

**CURITIBA – PR  
2006**

## Resumo

Este artigo analisa de que maneira os dois maiores jornais de circulação nacional no Brasil apresentam as notícias relacionadas aos Estados Unidos. Especificamente, a autora explora o modo explícito (ou implícito) em que aparece o chamado *soft power* (poder brando) americano na cobertura da mídia impressa brasileira, tendo como material de análise os jornais “Folha de São Paulo” e “Estado de São Paulo”, no período de 23 de outubro a 6 de novembro de 2006.

Conclui-se que existe um predomínio claro de notícias relacionadas aos EUA em toda a cobertura internacional dos periódicos analisados, com destaque para a presença do poder brando aplicado fundamentalmente na divulgação dos pontos de vista do governo americano sobre inúmeras questões abordadas jornais na cobertura internacional, econômica, cultural e científica.

## **I – INTRODUÇÃO:**

Nos anos 80, o analista internacional Joseph Nye apresentou dois conceitos para o entendimento da política norte-americana: o poder bruto (hard power) e o poder brando (soft power) (NYE, 2002). O poder bruto é claramente visível no exercício da força bruta em nome de determinados interesses. Já o poder brando é uma ação indireta onde ganhar corações e mentes torna-se ainda mais importante na era da informação global. Se os Estados Unidos utilizarem estes dois poderes de forma correta, conseguirão se manter no topo, como maior potência mundial.

No Brasil, o poder brando americano está presente em vários lugares. Seja no momento em que alguém entra em uma lanchonete do Mac Donald's, um dos símbolos da cultura americana; seja nos filmes de Hollywood, nos artistas americanos que vêm ao Brasil ou na oscilação da Bolsa de Nova York que influencia toda a economia.

O objetivo deste trabalho é entender de que forma este poder brando é apresentado na mídia impressa, com influência direta nos chamados “formadores de opinião”. Para isso foram escolhidos dois jornais: “Folha de São Paulo” e “O Estado de São Paulo”. Dois critérios foram utilizados para esta escolha: maior circulação no país e maior número de acessos on line. O jornal “Folha de São Paulo” tem hoje a maior circulação do país com tiragem diária de 307 mil exemplares e também o maior número de acessos on line com a média de 92 páginas visitadas diariamente (folhaonline.com.br). Já o jornal “O Estado de São Paulo”, apesar de ter a terceira maior circulação do país com tiragem diária de 233 mil exemplares, ficando atrás do jornal “O Globo” do Rio de Janeiro, ocupa a segunda colocação em número de acessos on line com a média de 91 páginas visitadas diariamente (estadão.com.br).

A análise dos periódicos foi feita durante quinze dias consecutivos, período considerado suficiente para o desafio proposto. Outra preocupação foi enquadrar a análise em uma quinzena que não apresentasse uma única notícia de grande destaque, o que poderia comprometer o trabalho. Dentro deste critério, foi definido que a data de análise seria de 23 de outubro a 6 de novembro de 2006. Apesar de haver alguns assuntos predominantes, como as eleições para o Congresso

Americano, não houve, neste período, o comprometimento da mídia com um só assunto.

A escolha dos temas abordados foi feita dentro de dois critérios: apresentação dos temas (definida pelos jornais) e abordagem ampla dos fatos nas principais áreas onde o poder brando pode ser detectado. Com relação à apresentação dos temas, foram elencados os principais assuntos presentes nos dois jornais da pesquisa. Este critério trouxe a segurança de que a análise apresenta um retrato fiel da linha editorial de cada meio de comunicação, sem nenhuma interferência da autora.

Com os temas apresentados, foi possível escolher as principais áreas onde, normalmente, o poder brando está presente, de acordo com critérios de Nye (NYE, 2002). Sete áreas foram analisadas: 1. Área militar (Guerra do Iraque); 2. Área política (Eleições do Congresso dos EUA); 3. Política externa (Venezuela e EUA: A vaga no Conselho da ONU); 4. Punição ao terror (Condenação de Saddam Hussein); 5. Área Econômica; 6. Área científica; 7. Área cultural. A análise apresenta ainda uma análise comparativa dos jornais que mostra as tendências na cobertura com relação as notícias dos Estados Unidos e um capítulo dedicado a compreensão de poder brando, segundo Nye.

Seguindo estes critérios, foi possível avaliar a presença do poder brando americano nos principais veículos de mídia impressa brasileira, dentro da problemática central levantada pela autora e de acordo com um rigor metodológico.

## **II – O PODER BRANDO**

A metodologia de análise utilizada baseia-se nos critérios de descrição das principais fontes de poder dos EUA, definidos por Nye (NYE, 2002). O analista compara a manutenção de superpotência a um jogo de pôquer. Cartas altas o país tem. Resta saber se elas serão utilizadas da forma correta com uma política bem elaborada e uma liderança capaz. As três maiores armas americanas, apontadas por Nye, são: o poder econômico, o poder militar e o poder brando. O autor coloca que o poder militar dos EUA não é mais a principal fonte de poder hoje no mundo. A guerra não se tornou impossível, mas é menos aceitável do que

há meio século. Já o poder econômico, segundo o autor, foi e sempre será importante. Primeiro por que alimenta todos os outros, no ponto de vista do autor e, segundo, pelo que representa nas sociedades pós-industriais.

Mas é no poder brando que Nye concentra sua argumentação em busca da manutenção do poderio norte-americano. Para o autor, para continuar forte, os EUA precisam dar atenção especial ao poder brando, uma forma indireta de fazer com que “você faça o que eu quero”, sem o uso da força. É a antítese do realismo defendido por alguns setores no país. “Na política mundial, é possível que um país obtenha os resultados que quer porque os outros desejam acompanhá-lo, admirando os seus valores, imitando-lhes o exemplo aspirando ao seu nível de prosperidade e liberdade. A este aspecto do poder – levar os outros a querer o que você quer -, dou o nome de poder brando. Ele coopta as pessoas em vez de coagi-las” (NYE, 2002, p. 29).

Autores como Wallestein defendem que o processo de declínio de qualquer potência é líquido e certo, além de lento (WALLESTEIN, 2004). A medida que a grande potência luta para manter a hegemonia, investindo na área militar, automaticamente a legitimidade política e a liderança ideológica do país ficam comprometidas, segundo o autor. Aliando a esta análise, a situação concreta dos EUA, Wallestein não apresenta dúvidas ao afirmar que a maior potência mundial hoje está sim em declínio.

Já autores como Nye discordam desta argumentação. Para Nye, os EUA podem e devem continuar desempenhando o papel mais importante no cenário mundial desde que país aprenda a utilizar o poder com sabedoria. O autor não defende incondicionalmente a idéia de que os EUA não estão em declínio. Sua posição é de que as chances disso acontecer são mínimas e serão ainda menores caso algumas atitudes sejam tomadas. “A potência americana não há de ser eterna. Se dissiparmos o poder brando de que dispomos com uma combinação de arrogância e indiferença, aumentaremos a nossa vulnerabilidade, aviltaremos os nossos valores e aceleraremos a erosão da nossa hegemonia” (NYE, 2002, p. 21).

É importante ressaltar que alguns não reconhecem sequer a existência deste poder. “*I don't know what it means*”, afirmou Donald Rumsfeld, secretário de

defesa dos EUA ao ser questionado sobre o que pensava sobre o “soft power” em pronunciamento em setembro de 2003, feito na Casa Branca. (The New York Times, 12/09/2003, p.10)

Mas se este tão aclamado poder brando realmente existe, onde ele aparece? Principalmente no domínio da informação. Se você souber o que quero e, principalmente, da forma que quero, mais cedo ou mais tarde, irá pensar como eu. (NYE, 2002).

### III – GUERRA NO IRAQUE

No período dos periódicos analisados para a elaboração deste artigo, o assunto que mais recebeu destaque na cobertura internacional foi a *Guerra do Iraque*, com enfoque na pressão popular para a retirada das tropas militares americanos de solo iraquiano. Reportagem de destaque da Folha de São Paulo (FOLHA SP, 23/10/06, p. A10) traz o seguinte título: “EUA – Congressistas exigem revisão de ação no Iraque”. Com as mortes de soldados americanos, que chegam a 80 por mês, o tom crítico à política dos EUA no Iraque se eleva e a oposição sugere que governo adia mudanças necessárias devido à eleição<sup>1</sup>.

De acordo com a visão de *soft power* e *hard power* (NYE, 2002), a posição dos EUA de utilizar de forma mais acentuada o poder bruto nas questões do Iraque, vem confirmar o risco do uso deste tipo de poder nas relações internacionais. Enquanto George Bush tenta convencer o mundo de que é necessária a presença americana em solo iraquiano até que a democracia seja instalada, utilizando o poder da informação, a oposição americana orquestra uma reação com interesses eleitorais utilizando as mortes de soldados americanos

---

1. A repercussão das mortes dos soldados americanos no Iraque acontece a 15 das eleições para o Congresso dos EUA. A oposição aumenta a pressão sobre o governo de George W. Bush para a retirada das tropas do Iraque.

como argumento contrário ao poder que, de fato, é muito mais duro do que brando.

Em entrevista à TV do Qatar Al Jazira no dia 22 de outubro, (FOLHA SP, 23/10/06, p. A10) um alto diplomata foi extremamente crítico sobre a atuação americana. “Há muito espaço para críticas por que, sem dúvida, houve arrogância e estupidez da parte dos EUA”, Alberto Fernandez – diretor de diplomacia do Escritório de assuntos do Oriente Médio do Departamento de Estado. Na mesma reportagem, o jornal “Folha de São Paulo” apresenta a justificativa de Bush. “As tropas não sairão antes que a missão esteja completa (...). Há alguns em Washington que afirmam que a retirada nos deixaria mais seguros. Eu discordo”, disse George Bush em discurso em Washington no dia 22 de outubro de 2006.

No “Estado de São Paulo”, do mesmo dia 23 de outubro, fica mais clara a forma como o jornal aborda a questão sob o ponto de vista predominantemente americano. O título da reportagem traz a dimensão de como a morte de soldados americanos no Iraque se sobrepõe às mortes de iraquianos no conflito. “81 soldados americanos morreram no Iraque em outubro” (até dia 23). O jornal coloca, com destaque, (ESTADO SP, 23/10/2006, p. A10) que 2.794 militares americanos morreram no Iraque desde março de 2003 e apenas cita com menor destaque, que 43 civis iraquianos têm sido mortos, em média, a cada dia neste mês. O que demonstra uma outra forma do jornal em questão de visualizar o conflito EUA/Iraque, já que, se o número de mortes fosse simplesmente somado, daria 989 mortes de iraquianos em outubro contra as 81 mortes de soldados americanos que recebeu destaque como título na reportagem.

No dia 24 de outubro, a questão da retirada das tropas americanas do Iraque continua sendo abordada nos dois jornais analisados, em especial o “Estado de São Paulo”, sob o prisma americano. O título da reportagem principal (ESTADO SP, 24/10/2006, p. A14) é: “Não abandonem o Iraque”, pede ao Ocidente o vice-premiê do país. A escolha do título, que apresenta os EUA como “senhor” do destino dos iraquianos (o que não se questiona aqui a veracidade do fato), sugere o poder da informação, de acordo com a maneira com que ela é posta. O jornal “Folha de São Paulo”, do mesmo dia, (FOLHA SP, 24/10/2006, p. A16) ameniza o poderio norte-americano na questão do Iraque com a seguinte manchete: “Vice iraquiano alerta para riscos de saída precipitada – Barham Saleh, vice-premiê iraquiano detecta “derrotismo” nos EUA e na Europa e diz que

retirada agora não é opção”. O mesmo fato colocado de formas diferentes pelos dois periódicos, seja destacando o poderio militar norte-americano, seja ponderando os riscos de uma saída das tropas do Iraque de forma precipitada.

Nye apresenta de forma clara a forma com que o poder brando e o poder bruto se relacionam em questões de conflito entre países. “No século XIV, o poder repousará numa combinação de recursos brutos e brandos. E, nas três dimensões – a militar, a econômica e a do poder brando -, nenhum país é mais dotado que os Estados Unidos. O nosso maior erro, em semelhante mundo, seria cair numa análise unidimensional e acreditar que investir unicamente no poder militar garantirá a nossa força” (NYE, 2002, p. 33). No dia 26, o jornal “Folha de São Paulo”, apresenta em reportagem a tentativa de George Bush de amenizar o discurso bruto com declaração feita em Washington depois que premiê iraquiano nega concordar com o prazo, anunciado pelo embaixador dos EUA, para assumir segurança do país.<sup>1</sup> “Sei que os americanos não estão satisfeitos com a situação no Iraque. Eu também não estou”, afirmou George Bush em Washington, (FOLHA SP, 26/10/2006, p. A14). “Este governo representa a vontade do povo e ninguém tem o direito de nos impor cronogramas”, disse Nuri Al Maliki – primeiro-ministro do Iraque - em Bagdá, na mesma data. O poder brando americano com base na informação foi colocado pelo jornal e também questionado na mesma reportagem pelo premiê. Melo apresenta o conflito americano em posições inconciliáveis e mutuamente excludentes: a preservação da paz e a política externa americana. “O problema da manutenção da paz mundial, cada vez mais precária com a ascensão do nazi-fascismo, colocou em campos opostos os partidários do idealismo e do realismo em matéria de relações internacionais”, (MELLO, 1999, p. 93).

---

1. No dia 25 de outubro, os EUA propuseram um novo plano ao Iraque. O comandante das forças americanas, George Casey pede mais 7.000 homens para combater os insurgentes, além dos 141 mil que já estão no país. Idéia é permitir ao Iraque o controle da segurança do território em até 18 meses. Embaixador americano no Iraque, Zalmay Khalilzad disse que dentro de 12 a 18 meses os iraquianos estariam em condições de assegurar a segurança interna e americanos poderiam sair.

Outro indício de que a informação é uma das principais manifestações do poder brando (NYE 2002) é encontrado no título da reportagem: “Site dos EUA

sobre Iraque expõe segredos nucleares”. Com o subtítulo: “Segundo especialistas, portal é um risco por detalhar fabricação de bombas e dar acesso a informações sigilosas a países como o Irã”, (FOLHA SP, 05/11/2006, P. A14). Quem manipula a informação, alcança de maneira mais simples e eficaz os objetivos que busca sempre com foco no poder.

#### **IV – ELEIÇÕES AMERICANAS**

No período dos jornais analisados, houve grande destaque também para a cobertura das eleições americanas para o Congresso, marcadas para o dia 7 de novembro de 2006. Os jornais “Folha de São Paulo” e “Estado de São Paulo” apresentaram em inúmeras páginas, a forma de pensar americana para algumas das principais questões em pauta hoje no mundo. Sempre deixando claro o posicionamento contrário de governo e oposição com relação a temas que fazem parte de toda sociedade no mundo. A política dos Estados Unidos com relação à discriminação racial esteve presente em vários momentos da cobertura internacional. “Na reta final das eleições, EUA miram gays e negros”, (FOLHA SP, 28/10/2006, p. A29). Foi o título de reportagem de alto de página da Folha, reforçando o peso destes segmentos no resultado final das eleições. Dias antes, o mesmo jornal publicou a seguinte reportagem: “Nova Jersey aprova união de casais gays – Escândalo sexual no partido deve impedir que republicanos usem decisão para mobilizar eleitor conservador”<sup>1</sup>, (FOLHA SP, 26/10/2006, p. A14).

O ponto de vista dos partidos políticos americanos foi apresentado com exaustão pelos periódicos analisados com relação a temas como imigração ilegal: “Muro é suicídio, diz político republicano - Para especialista, projeto contra imigração ilegal fará o partido de Bush perder votos latinos nos próximos anos”, (ESTADO SP, 28/10/2006, p. A30). Temas como a Guerra no Iraque: “Iraque e série de escândalos minaram as bandeiras da Casa Branca - Para analista Allan Rosenthal, professor da Universidade de Rutgers, especialista em resultados de eleições, democratas só precisam dizer que farão diferente”, (FOLHA SP, 05/11/2006, p. A20). E ainda pontos como conflito EUA e Venezuela, expansão da Internet, células-tronco, economia mundial e Osama Bin Laden, que deram o tom do discurso americano para o mundo.

Wesson coloca de forma clara a influência americana sobre a opinião pública no que o autor chama de “poder intangível” (o que entendemos como uma versão do “poder brando” de Nye): “O mundo não está só a caminho de se tornar um mercado único, mas também está caminhando para a formação de uma única esfera cultural; o caudal da informação e idéias fluindo para os mais longínquos recantos da Terra é tão importante para a fisionomia do sistema internacional quanto a troca de bens. Está em desenvolvimento algo como uma opinião pública mundial”, (WESSON, 1977, p. 128).

Nesta “opinião pública mundial”, conforme defende Wesson, está a cobertura dos jornais de maior circulação nacional no Brasil, analisados aqui, que dia a dia colocam a opinião pública dos Estados Unidos com destaque em toda gama de assuntos. O período que antecedeu as eleições americanas, que receberam destaque na mídia (como não deixaria de ser), apenas reforçou e deixou clara a posição americana para as principais questões mundiais. Chame-se isso de “poder brando” ou “poder intangível”.

## **V – VENEZUELA E EUA: A VAGA NO CONSELHO DA ONU**

Medir o poder brando dos EUA na cobertura da mídia é algo que não pode ser feito em números, mas por meio de indicativos. Utilizaremos a metáfora de Davi e Golias. A disputa da Venezuela por uma das duas vagas da América Latina e do Caribe no Conselho de Segurança da ONU é um bom exemplo do que acontece quando o poderio norte-americano se sente ameaçado por países menores. “Folha de São Paulo” e “Estado de São Paulo” deram ampla cobertura a esta disputa no período analisado por este artigo, sempre deixando claro o papel de desafiador de países como Bolívia e Venezuela e o papel ameaçador dos EUA. País que tenta convencer o mundo da postura ditatorial do presidente da Venezuela, Hugo Chávez, e encontra espaço na mídia em questão para mostrar os argumentos americanos. “Venezuela desiste de vaga na ONU, diz Evo - Boliviano anuncia que Chávez indicou Bolívia como alternativa”, (ESTADO SP, 25/10/2006, p. A17). A reportagem traz ainda a posição do Ministro das Relações Exteriores da Venezuela, Nicolás Maduro, que defendeu como condição para seu país retirar candidatura da ONU três pontos: renúncia da Guatemala, o fim da

chantagem grosseira” dos EUA a outros governos do mundo e abertura de um processo transparente de negociação.

Não parece uma postura ingênua e, provavelmente, nem proposital dos jornais analisados. Parece muito mais uma decisão editorial de mostrar o lado de “Davi” e também o de “Golias”. Mas é possível constatar que o espaço dado pela mídia a posição americana acaba sendo muito maior do que o devido, já que a questão de ocupar uma das vagas no Conselho de Segurança da ONU passa, em primeira análise, pela decisão dos poderes executivos de cada país e não pela interferência americana que, mais uma vez, impõe seu ponto de vista como forma de avançar no território do poder brando, definido por Nye. Esta, pelo menos, deveria ser a regra do jogo, conforme Seitenfus: “O Conselho de Segurança da ONU é composto por quinze estados, cuja representação é definida em processos individuais de escolha pelos Poderes Executivos Nacionais”, (SEITENFUS, 2000, p. 126). É claro que os Estados Unidos atuam com base no poder de veto que lhe foi conferido pela própria ONU, junto com China, França, Rússia e Inglaterra, o que não deixa de ser uma imposição do próprio poder; seja de convencer a todos a pensar como os americanos; seja pelo poder bruto, se for necessário. Nye coloca isso de forma clara: “Na política mundial, é possível que um país obtenha os resultados que quer porque os outros desejam acompanhá-los, admirando seus valores, imitando-lhes o exemplo, aspirando o seu nível de prosperidade de liberdade. Neste sentido, é igualmente tão importante estabelecer a agenda na política mundial e atrair os outros quanto forçá-los a mudar mediante ameaça ou o uso das armas militares e econômicas”, (NYE, 2002, p. 36).

Esta influência americana aparece na reportagem do “Estado de São Paulo” com o título: “Negociação segue o modelo de Chávez – O presidente da Argentina, Nestor Kirchner quer abrir um programa de crédito com a indústria militar da Rússia e, eventualmente, da Ucrânia, para superar as pesadas restrições impostas pelo governo dos EUA às exportações de material de uso militar. Segue o exemplo de Chávez na negociação”, (ESTADO SP, 24/10/2006, p. A16). Ou então na reportagem da “Folha de São Paulo”: “Chávez e EUA se enfrentam na Nicarágua – Favoritismo do líder sandinista Daniel Ortega na eleição presidencial assombra Washington com fantasmas da era Reagan. Ortega é

amigo de Chávez e os EUA tem feito ameaças ao país caso a vitória de Ortega se confirme contra Eduardo Monte-Alegre, candidato apoiado por Bush” (FOLHA SP, 05/11/2006, p. A26).

Mas “Davi” tem seu espaço na mídia analisada. Reportagem do “Estado de São Paulo” coloca: “Venezuela e Guatemala admitem desistir”. (ESTADO SP, 26/10/2006, p.A.27). E abre espaço para o discurso de Hugo Chávez em pronunciamento feito em Caracas. “Sinto-me plenamente representado pelo companheiro Evo Morales e pelo povo boliviano, que são nossos irmãos nessa batalha contra os EUA”. A reportagem lembra ainda o discurso de Chávez, no mês passado na ONU, que provocou gargalhadas, em que ridicularizou o presidente Bush, descrevendo-o como o diabo: “Discurso do “diabo” foi fatal para Chávez – Discurso foi visto como equivalente a uma crítica à ONU quem em última análise, é a casa de todos”, conforme coloca o “Estado de São Paulo”, em mesma reportagem.

## **VI – SADDAM HUSSEIN É CONDENADO À FORÇA**

A condenação do ex-ditador iraquiano, Saddam Hussein, no dia 6 de novembro, ganhou enorme destaque nos jornais analisados. Enfoque muito maior dado ao interesse coletivo de ver um ditador condenado à força do que as manifestações contrárias à decisão do Tribunal. Na “Folha de São Paulo” a reportagem principal deu enfoque aos crimes do ex-ditador: “Saddam Hussein é condenado à força - Capturado há quase três anos por militares EUA, Saddam também responde pelo genocídio de 50 mil curdos deslanchando sob seu regime em 1987-88”, (FOLHA SP, 06/11/2006, CAPA). O jornal relaciona ainda a questão com as eleições para o Congresso Americano, que aconteceriam no dia seguinte. Parte da mídia americana não considerou coincidência a decisão da condenação ter saído às vésperas das eleições. “Decisão pode ajudar Bush nas urnas”<sup>1</sup> (cf. FOLHA SP, 06/11/2006, p. A15). Apontou para o poderio econômico americano no julgamento: “Tribunal foi instituído pelos EUA a um custo de U\$ 140 milhões”, em reportagem em mesma data e página. E colocou a opinião de Bush para a condenação: “É uma grande conquista para a jovem democracia iraquiana e um

marco no esforço para substituir o poder de um tirano pelo poder da lei “ , disse Bush, ainda em mesma data e página.

O jornal “Estado de São Paulo”, explora a mesma abordagem da Folha para a condenação de Saddam. “Saddam Hussein é condenado à forca – Bush e Blair comemoram”, (ESTADO SP, 06/11/2006, CAPA). O “Estado de São Paulo” explora de forma mais eloqüente a reação de Saddam ao veredito: “Furioso, ex-ditador insulta corte ao ouvir sentença por massacre de 148 xiitas em 1982; defesa vai recorrer”, (ESTADO SP, 06/11/2006, p. A8). E apresenta na mesma página, treze frases de xiitas envolvidos diretamente nos massacres de Saddam como a de Um Hussain, dona de casa xiita: “O tribunal fez justiça para meu filho, que foi morto por Saddam”, disse ela.

Ambos jornais apresentam, com menor destaque, o posicionamento contrário da ONU, da União Européia e outros países, ao veredito do Tribunal. “Anistia questiona tribunal e pena – ONU e países pedem direito à apelação para julgamento justo; maioria critica sentença de morte”, (ESTADO SP, 06/11/2006, p. A8).

Prevaleceu na mídia analisada o ponto de vista americano. Até por que, chances como essa, nenhum país que quer se manter hegemônico haveria de perder.

Mas que equilíbrio deveríamos exigir da mídia, considerando que hoje a

---

1. Reportagem explora a possibilidade de Bush tentar capitalizar a condenação. Karl Rove, assessor especial chamado pela oposição de “cérebro de bush” é quem teria articulado para que o veredito saísse até 72 horas antes das eleições. As redações americanas teriam recebido dicas de que a condenação sairia neste período. Tudo muito bem calculado e também negado pela Casa Branca.

expressão “equilíbrio de poder” é empregada de forma contraditória pelos países (NYE, 2002, p. 44). O autor mostra esta dualidade em seu livro colocando o posicionamento do cientista político autodenominado realista, Kenneth Waltz, de que tanto os amigos como os inimigos reagirão como toda e qualquer nação é obrigada a reagir em face do predomínio potencial ou real de uma delas: empenhando-se em restabelecer equilíbrio. A atual situação da política internacional é inatural”. E o próprio Nye discorda desta visão dizendo que estas

previsões mecanicistas erraram o alvo. “Os países muitas vezes reagem à ascensão de uma potência única bandeando-se – isto é, aderindo ao lado mais forte, não ao mais fraco -, como fez Mussolini ao decidir aliar-se a Hitler depois de vários anos de hesitação”. (NYE, 2002, p. 44).

## **VII – O PAPEL DA MÍDIA NA COBERTURA ECONÔMICA**

Absolutamente qualquer coisa que aconteça na esfera econômica dos Estados Unidos tem reflexo direto e imediato na cobertura da mídia analisada neste artigo. É talvez o setor mais evidente onde o poder brando americano se expressa. “É praticamente necessário que os pobres acreditem que os ricos se empenham em mantê-los subjugados. Assim, a Primeira-Ministra indiana Indira Gandhi disse: “Alguns países afluentes acham difícil aceitar a idéia de que possamos levantar a cabeça”. ( WESSON, 1977, p. 271).

No Brasil, os reflexos da política econômica americana ganha contornos de desafio para o novo presidente. “Desaceleração dos EUA assombra novo governo – Após quadro positivo desde 2003, PIB mundial deve crescer menos e esse é o desafio do presidente eleito”, (ESTADO SP, 23/10/2006, p. B3). Cobertura absolutamente coerente e natural diante da constatação do fato de que os Estados Unidos respondem sozinho por um quinto do PIB mundial. Disso vem a conclusão de que o poder econômico é amplamente utilizado como instrumento do poder brando norte-americano. Sem meias-palavras. Sem atalhos. Sem constrangimento nem de quem explora o poder, nem de quem divulga este poder.

Manchetes dos jornais analisados sobre a situação econômica dos Estados Unidos são diárias. “Para analistas, a taxa de juros dos EUA vai ficar onde está - Banco Central americano deve manter taxa de 5,25%”, (ESTADO SP, 23/10/2006, p. B4). “Fed (banco central dos EUA) decide manter juros em 5,25% ao ano nos EUA - Petróleo volta a subir na bolsa de Nova York”, (FOLHA SP, 26/10/2006, p. B4). No mesmo dia, no mesmo jornal: “Balanços puxam bolsas pra cima – Resultado de empresas americanas animam investidores; Dow Jones renova recorde e Bovespa sobe 1,51%”, (FOLHA SP, 26/10/2006, p. B10).

Da taxa de juros a taxa de desemprego. Do golpe do empresário americano a cachaça que ganhe sotaque americano, tudo que envolve dinheiro nos Estados

Unidos dita comportamentos e tendências na mídia brasileira em questão. No dia 24/10/2006, o “Estado de São Paulo” publicou a seguinte reportagem: “Cachaça é a nova aposta da Diageo<sup>1</sup> – Maior fabricante de bebidas do mundo tem planos para transformar a bebida brasileira em sucesso global, sobre a compra do executivo norte-americano Randy Millian da cachaça Nega Fulo”, (ESTADO SP, 23/10/2006, P. B10). É o autêntico “toque de Midas”. Basta que uma cachaça brasileira tenha a atenção dos americanos pelo ponto de vista comercial para o produto ganhar mercado e gerar muito dinheiro. Produtos que passam pelo crivo norte-americano ganham destaque na mídia e deixam transparecer, de forma clara, como é possível influenciar comportamentos e opiniões quando se tem o poder brando nas mãos. “São os Estados Unidos um valioso cliente para as matérias-primas e uma fonte de capital de investimento, ou um glutão voraz e explorador?”, (WESSON, 1977, p. 272).

Na cobertura econômica do jornal “Estado de São Paulo”, chama a atenção um artigo de Celso Ming: “Nobel para a Wal-Mart - Um grande supermercado consegue reduzir a pobreza no mundo?”, (ESTADO SP, 24/10/2003, p. B2). No artigo, Ming questiona a opinião do colunista John Tierney, publicada no *The New York Times*, (17/10/2006), que defende que a rede-americana Wall-Mart reúne mais predicados para o Nobel da Paz do que o festejado Grameen Bank, que hoje

---

<sup>1</sup> A Diageo é a fabricante de marcas como Johnie Walker e Smirnoff, com faturamento mundial de U\$ 18 bilhões e crescimento nas vendas, só no Brasil, de 20% ao ano.

se dedica a conceder U\$ 800 milhões anuais a microcréditos a países pobres de Bangladesh. Já o Wall-Mart fatura U\$ 312 bilhões por ano e emprega 1,8 milhões de pessoas no mundo. Mas a que preço o Wall-Mart consegue isso, questiona Ming, sabendo dos salários achatados da rede norte-americana? “O país que consegue legitimar seu poder aos olhos dos demais encontra menor resistência para obter o que deseja”, (NYE, 2202, p. 39). O argumento de Nye vem reforçar o fato de que a tentativa (embora, a princípio, sem eficácia) de conceder o Nobel da Paz para a rede americana Wall-Mart, é mais uma forma de legitimar o poder

brando dos EUA. Quem pode garantir que esta idéia, no futuro, não irá ganhar adeptos pelo mundo?

Para reforçar o poder econômico dos EUA, o país tem um grande aliado: o controle absoluto da web; ou seja, o controle da informação. “EUA evitam ceder controle da web – Grupo da ONU criado para debater a democratização da rede fará reunião em que o assunto ficará fora da pauta”, (ESTADO SP, 26/10/2006, p. B8). Com 1 bilhão de usuários, a Internet é cada vez mais um tema político e, cada vez mais, um grande aliado dos EUA na manutenção de seu poder brando. A mídia em questão oferece ampla cobertura às tendências no mundo da informática que tem origem, quase que de forma exclusiva, em terras americanas. No dia 27 de outubro, a página B7 da “Folha de São Paulo”, apresentou de forma clara este domínio em duas reportagens: 1. “Google passa a oferecer publicidade no orkut - MySpace, líder nos EUA em sites de relacionamento, já aceita anúncio”. 2. “Lucro da Microsoft sobe 11%”, (FOLHA SP, 27/10/2006, p. B7). É a prova da capacidade de sedução americana colocada em prática por meio da rede com o carimbo “Made in USA” (NYE, 2002). “No século XXI, todos os tipos de governo perceberão que o controle lhes escapa à medida que a tecnologia da informação se espalha gradualmente na parte majoritária do mundo que ainda carece de telefones, computadores e eletricidade” (NYE, 2002, p. 92-93).

É importante ressaltar ainda, com relação a cobertura econômica diante da hegemonia americana, reportagens que trouxeram o posicionamento de outros países diante do poder econômico dos Estados Unidos. “EUA e EU ameaçam criar barreiras contra a China – Bloco Europeu anuncia hoje (24.10) sua nova política de relacionamento comercial para Pequim e Washington diz que não vai mais aceitar práticas desleais”, (FOLHA SP, 24/10/2006, p. B6). Nada mais conveniente para a manutenção da hegemonia americana ameaçada justamente pela China, país mais populoso do mundo e, na visão de nomes como Joseph Nye, principal desafiante capaz de questionar o poderio dos Estados Unidos. Nye cita a opinião do colunista Robert Kagan para mostrar o comportamento da China no setor econômico: “Os dirigentes chineses se irritam com as restrições que sofrem e procuram modificar as regras dos sistema internacional, antes que este

os modifique. (NYE, 2002, p. 50). Mas, de acordo com a reportagem apresentada na “Folha de São Paulo”, quem está perdendo a paciência com a China são os Estados Unidos diante do déficit comercial de americanos com Pequim que já chega a U\$ 202 bilhões.

## VIII – O PAPEL DA MÍDIA NA COBERTURA CIENTÍFICA

Se a hegemonia norte-americana estivesse em jogo em uma mesa de pôquer (NYE, 2002), as descobertas científicas dos EUA seriam uma das cartas altas deste jogo. Nos cadernos de Ciência dos jornais analisados neste artigo, é predominante a publicação de reportagens que destacam o avanço e a opinião dos americanos na área científica. “Célula-tronco pode provocar tumor no cérebro – Estudo de Universidade norte-americana em ratos com Parkinson mostrou riscos do transplante de células embrionárias”, (ESTADO SP, 23/10/2006, p. A13). Neste setor, é comum encontrar reportagens de jornais americanos como “*The New York Times*” publicadas na íntegra. “Nanotecnologia chega aos alimentos e alerta reguladores – Nos EUA, definição de normas de segurança para área polêmica começaram neste mês”, (ESTADO SP, 25/10/2006, p. A19).

Avanços científicos alcançados no Brasil também ganham destaque na mídia analisada, mas com frequência bem menor que vista com relação as matérias com origem nos EUA. É claro que é preciso considerar a grande diferença dos dois países nos avanços do setor, mas a preponderância de matérias que dão ênfase às descobertas dos americanos se vê, inclusive, quando levamos em conta aos avanços da ciência em países desenvolvidos da União Européia.

Nos destaques nacionais, é comum, ainda assim, encontrar o braço americano. “Brasil testará em 2008 drogas só para negros – Droga, usada no tratamento cardíaco, já é vendida nos EUA desde ano passado e causou polêmica quando foi aprovada pelo FDA (agência americana de fármacos e alimentos)” (FOLHA SP, 25/10/2006, p.C4). A reportagem faz referência a opinião de pesquisadores da Howard University – centro de excelência dirigido por negros em Washington - que consideram um risco associar doenças e curas a

raças e cita que o trabalho no Brasil será coordenado com equipe de cardiologistas norte-americanos.

A opinião de cientistas americanos também é largamente divulgada pela mídia analisada: “Os planetas são de todos, diz Daca Sobel - Jornalista americana que tentou defender Plutão em comitê de astrônomos defende a reaproximação da ciência com a cultura”, (FOLHA SP, 28/10/2006, p. A38 – Página inteira).

## **IX – O PAPEL DA MÍDIA NA COBERTURA CULTURAL**

Na há dúvida de que a cultura tem papel preponderante na hegemonia do poder norte-americano. Quando os filmes da indústria de Hollywood invadem as telas de cinema no mundo todo, levam com eles a maneira de viver dos americanos, os costumes, as crenças e, principalmente, a ideologia. Se no setor econômico, o poder brando surge como consequência, no setor cultural o poder brando surge em uma de suas formas mais devastadoras: a forma inconsciente. Ninguém entra num cinema, liga a televisão, ou vai a algum show para ver um artista americano com o senso crítico altamente apurado. Pronto para discernir o que faz e o que não faz parte de uma tentativa orquestrada de impor os costumes americanos ao mundo. Na área cultural, as pessoas “relaxam” aquilo que costumam chamar de “vigilância ideológica”. Diante deste inevitável descuido (se é que podemos considerar algo que seja necessário cuidar) há inúmeros exemplos da influência dos Estados Unidos nos cadernos de cultura dos periódicos analisados neste artigo.

No dia 23 de outubro, por exemplo, das quatro reportagens da página D2 do caderno 2 do “Estado de São Paulo”, três tratavam de destaques americanos: “Americano sensação do neofolk se inspira no tropicalismo e canta Caetano”; “Eob Garza e Eric Hilton formam dupla de mix eletrônico e se apresentam no TIM Festival”; e “Um ousado DJ Shadow pela primeira vez no Brasil”, que fala sobre a presença do DJ californiano no Brasil, com músicas de crítica a Bush. (ESTADO SP, 23/10/2006, p. D2).

Quando cantor americano lança álbum novo, se não for totalmente desconhecido, ganha destaque na mídia dos principais jornais brasileiros.

Destaque de página inteira para a rapper norte-americana Missy Elliot, apontada pela crítica como a mulher número um do hip hop no mundo, que lança primeira coletânea com título sugestivo “Respect M.E “ (Respeite-me), (FOLHA SP, 24/10/2006, p. E1 – Página inteira). No mesmo dia, a “Folha de São Paulo” destacou ainda a presença no Brasil do jazzista americano Herbie Hancock e também o show da compositora e regente norte-americana Maria Schneider, vencedora do Grammy em 2005.

“A nossa cultura popular tem alcance global independente do que fizemos. Não há como escapar da influência de *Hollywood*, da CNN e da Internet. Os filmes e a televisão americanos exprimem a liberdade, o individualismo e a mudança (...), o que contribui para aumentar o nosso *soft power* (...)”, (NYE, 2002, p. 14).

E aqui, nos maiores jornais do país, este poder brando alavancado pela cultura tem todo espaço que precisa. Na televisão, principalmente paga, praticamente todas as séries são americanas. Sempre com colunas e mais colunas dedicadas a elas nos jornais. Vamos apenas citar algumas apresentadas na mídia analisada neste artigo dentro do período de quinze dias: “O corre-corre do herói republicano Jack Bauer, de “24 horas”; “O humor negro do desenho animado “South Park”; “A série “Over There” inspirado na interminável ação das tropas americanas no Iraque”; “Unit - série que acompanha o trabalho de uma divisão secreta das Forças Especiais”; “Weeds - estréia segunda temporada de sucesso”; “The Nine”; “The Class”; “The Falcon Beach”; e “Multishow estréia atração para gays no programa americano “Out and About” com personagens do mundo gay em uma espécie de revista eletrônica”, (FOLHA SP e ESTADO SP – CADERNOS DE CULTURA – de 23/10/2006 a 06/11/2006)

Destaque ainda para os filmes de Hollywood como; “A Scanner Karkly - com o ator Keanu Reeves” e “O Sacrifício - com Lars Von Trier e M. Night Shyamalan” (FOLHA SP, 28/10/2003 – p. E10)

## **X – ANÁLISE COMPARATIVA**

Em uma análise comparativa da publicação de reportagens que reforcem a hegemonia norte-americana nos jornais “Folha de São Paulo e “Estado de São

Paulo”, é possível constatar que não há grandes diferenças na cobertura dos dois jornais. Apenas fica clara a posição adotada pelos periódicos na cobertura nacional que é uma linha mais de esquerda para a “Folha de São Paulo” e mais de direita para o “Estado de São Paulo”.

Com relação aos Estados Unidos, o Estado apresenta um certo predomínio de uma visão governista, como no Editorial do dia 23/10/2006: “Chavez e a ONU” (ESTADO SP, 23/10/2006, p. A3). O editorial fala do declínio do presidente Hugo Chávez no processo de escolha do novo representante a América Latina e do Caribe no Conselho de Segurança da ONU, que tem claramente a influência dos EUA. O embaixador da Venezuela na ONU (sem nome) disse que seu país não está confrontando a Guatemala, mas “lutando contra os donos do universo...” (ESTADO SP, 23/10/2006).

O Estado apresenta também, diariamente, no caderno de economia, uma ou duas páginas do *The New York Times*, publicadas na íntegra e traduzidas para circulação no Brasil, o que aponta para um predomínio da visão norte-americana na cobertura.

Já a Folha mantém uma postura um pouco mais dura com relação ao governo Bush, mas dentro da mesma linha editorial de dar maior destaque à visão americana sobre todos os assuntos que envolvam (ou não) os Estados Unidos. Ainda assim, aparecem reportagens claras mais alinhadas ao que seria um jornal de oposição. “A CIA, a agência de inteligência dos EUA, usou empresas de avião de fachada, firmas legítimas e uma subsidiária da Boeing na operação secreta de prisão em países europeus e transferência de suspeitos de terrorismo”, informa Sergio Dávila, correspondente da Folha em Nova York, (FOLHA SP, 25/10/2006 – CAPA). Na reportagem, que ganhou destaque no Caderno Mundo, foi citado que as acusações foram publicadas nos EUA no *The New York Times*. O jornalista confirmou a Folha “Não tenho dúvidas de que a operação continua na ativa hoje em dia e é aprovada diretamente pela Casa Branca”, Stephen Grey repórter. A CIA não quis comentar o caso e a Boeing declarou que planejamentos de vôos são assunto “confidencial”, (FOLHA SP, 25/10/2006, p. A14).

Nos dois jornais analisados há o predomínio absoluto de reportagens dos Estados Unidos, com grande destaque. Reportagens de outros países, na maioria das vezes, ocupam alguns centímetros nos cantos das páginas.

No “Estado de São Paulo”, a maior parte das matérias internacionais vem das agências de notícias espalhadas pelo mundo. O número de correspondentes internacionais é mínimo e há ainda a reprodução de reportagens na íntegra de jornais de outros países.

Na “Folha de São Paulo”, há um predomínio maior de reportagens produzidas na redação no Brasil e de correspondentes internacionais. Mas também há uma forte presença de notícias vindas de agências de outros países.

Apesar desta carência na cobertura internacional, foi possível notar que todos os assuntos de relevância internacional (sempre com predomínio do ponto de vista americano) estavam presentes na cobertura de ambos os jornais, dentro do período analisado por este artigo.

Um detalhe que chamou a atenção foi com relação a ausência praticamente total de qualquer influência americana no noticiário esportivo no Brasil no material analisado. Nos quinze dias de pesquisa, apenas uma reportagem fez referência aos Estados Unidos nos cadernos de esporte e, ainda assim, com enfoque em um brasileiro. “Leandrinho crava novo recorde – Atleta brasileiro crava 30 pontos e iguala a aquela que já sua melhor marca na NBA”, (FOLHA SP, 02/11/2006, p. D3). É claro que o poder americano nos esportes ganha espaço na mídia brasileira, mas, se não houver nada significativo, ficamos apenas com a cobertura de nossos atletas, do futebol nacional e internacional (que não inclui os EUA) e a Fórmula 1.

## **XI – CONCLUSÃO:**

A análise dos jornais de maior circulação no país nos leva a constatar que a opinião pública brasileira que tem acesso à mídia impressa, sofre metodicamente a influência da visão americana para questões de toda ordem. A “enxurrada” de notícias com pano de fundo da maior potência mundial reforça a hipótese – fundamentada em autores com Nye – de que o chamado *soft power* está presente

de forma sistemática no Brasil. A maior prova disso é o grande volume de informações que chegam até os leitores relacionadas aos Estados Unidos. Não são apenas matérias favoráveis àquele país, mas também desfavoráveis, o que nos remete ao ditado popular: “Falem bem ou mal, mas falem de mim”.

Mas a presença maciça de notícias dos Estados Unidos na mídia em questão, não nos faz concluir que os jornais são ingênuos ou mesmo coniventes. Há uma orquestração mundial neste sentido e ficar for disso, poderia comprometer até mesmo a qualidade editorial destes meios de comunicação.

Restam então alguns questionamentos: quais seriam os limites da influência deste poder brando em nossa cultura? Até onde deveríamos participar desta onda mundial que nos leva a reforçar a hegemonia americana e até onde deveríamos criar uma consciência coletiva de resistência, de caráter preservativo, a este poder?

Concluindo, a informação parece ser a única e eficaz ferramenta para que possamos discernir o que é nacionalismo inútil, o que é patriotismo necessário, o que é manipulação de informação e o que é pura ingenuidade neste xadrez que são as relações internacionais. E uma das melhores formas de se conseguir tudo isso é continuar lendo jornais. Continuar buscando a informação. De todas as formas. Sempre.

Denise de Mello ([denimello@hotmail.com](mailto:denimello@hotmail.com)) é jornalista e pós-graduanda em Relações Internacionais no curso da Universidade Federal do Paraná – UFPR – em parceria com a Casa Latino Americana – CASLA.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

NYE, Joseph S. ***O paradoxo do poder americano***. São Paulo: UNESP, 2002.

MELLO, Leonel Itaussu Almeida. ***Quem tem medo da geopolítica?*** São Paulo: Hucitec - Edusp, 1999.

WALLERSTEIN, I. ***O declínio do poder americano***. São Paulo: Contraponto, 2004.

WESSON, Robert G. ***A nova Política externa dos Estados Unidos***. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1977.

SEITENFUS, Ricardo Antônio Silva. ***Manual das Organizações Internacionais***. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2000.

FOLHA DE SÃO PAULO. São Paulo: Empresa Folha da Manhã S.A., Edições de 23/10/2006 a 06/11/2006.

O ESTADO DE SÃO PAULO. São Paulo: Edições de 23/10/2006 a 06/11/2006.

