

A OPINIÃO PÚBLICA NO PENSAMENTO AUTONOMISTA¹

Public Opinion in Autonomist Thought

Victor Ferreira de Almeida²

Samuel Ângelus Henrique Farias³

¹ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

² Doutorando em Ciência Política e Relações Internacionais na Universidade Federal da Paraíba (UFPB), João Pessoa, Paraíba, Brasil. Membro do Grupo de Estudos sobre Política Externa Brasileira da UFPB. **E-mail:** victorfdalmeida@gmail.com **ORCID:** <https://orcid.org/0009-0005-6879-2184>.

³ Mestrando em Ciência Política e Relações Internacionais na Universidade Federal da Paraíba (UFPB), João Pessoa, Paraíba, Brasil. Membro do Grupo de Estudos sobre Política Externa Brasileira da UFPB. **E-mail:** samuelangelus16@gmail.com **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-3382-659X>.

Artigo recebido em: 15 abr. 2025 | Aceito em: 3 nov. 2025.



Esta obra está licenciada sob uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.

RESUMO

O artigo tem como objetivo compreender a interpretação do pensamento autonomista sobre o papel da opinião pública e do sistema de comunicações em um projeto nacional de desenvolvimento. A partir dos autores autonomistas e especializados na mídia, busca-se identificar o lugar sociológico dos meios de comunicação e da opinião pública em uma análise autonomista do sistema internacional. Para isso, comprehende-se que o conceito implícito de opinião pública no pensamento da autonomia é de uma perspectiva "republicana cética". Dessa forma, teoriza-se os possíveis impactos do sistema de comunicação na estratégia autonomista de superação da dependência. Baseado na revisão bibliográfica especializada, também busca-se identificar as ameaças e fraquezas de uma mídia oligopolizada e orientada para as elites. Conclui-se, por fim, a necessidade de um planejamento estratégico de um sistema de comunicação nos países periféricos, em vias de superação da dependência e resistências às influências hegemônicas.

Palavras-chave: Autonomia. Sistema de comunicação. Opinião pública.

ABSTRACT

The article aims to understand the autonomist interpretation of the role of public opinion and the communications system within a national development project. Drawing on autonomist authors and media studies scholars, it seeks to identify the sociological position of the media and public opinion within an autonomist analysis of the international system. In this regard, it is understood that the implicit concept of public opinion in autonomist thought reflects a “skeptical republican” perspective, and thus, we theorize the possible impacts of the communications system on the autonomist strategy for overcoming dependency. Based on a specialized bibliographical review, the study also seeks to identify the threats and weaknesses inherent in an oligopolized and elite-oriented media. Finally, the article concludes by emphasizing the necessity of strategic planning for a communications system in peripheral countries that are striving to overcome dependency and resist hegemonic influences.

Keywords: Autonomy. Communication system. Public opinion.

INTRODUÇÃO

Houve um recente crescimento significativo no interesse da comunidade epistêmica latino-americana de Relações Internacionais no pensamento⁴ da escola da autonomia. Vertente

⁴ Nesse artigo não pretendemos entrar no debate sobre a caracterização da produção teórica da escola da autonomia. Trabalharemos com os termos “pensamento”, “conceitos”, “escola” e “teorização”, sem debater qual desses é o mais apropriado.



do pensamento social latino-americano que propõe um projeto nacional de desenvolvimento para que países periféricos na estrutura do sistema internacional superassem o subdesenvolvimento e a dependência. Apesar dessa recente popularidade, as pesquisas desenvolvidas sobre o pensamento autonomista geralmente têm foco teórico. São poucas as pesquisas sobre a escola da autonomia que buscam alguma aplicabilidade prática dos seus conceitos e raras são as reflexões sobre o papel da opinião pública na estratégia autonomista, lacunas que nos propomos a preencher (Guimarães, 2001; Vigevani e Cepaluni, 2011; Tickner, 2015; Muñoz, 2016; Briceño-Ruiz e Simonoff, 2017; Míguez, 2021).

Assim, neste artigo, temos como objetivo compreender a interpretação autonomista sobre o papel da opinião pública e do sistema de comunicação em uma estratégia de superação do subdesenvolvimento e da dependência. Na primeira seção analisamos o conceito implícito de opinião pública dos autores fundadores da teoria da autonomia e teorizamos os possíveis efeitos causais do sistema de comunicação nas variáveis do planejamento estratégico autonomista. Na seção seguinte descrevemos o lugar sociológico do sistema de comunicação na análise autonomista do sistema internacional, nos aprofundamos na caracterização da mídia e do seu papel no mercado de informações sobre política internacional. Na última seção analisamos as ameaças e as fraquezas sobre o sistema de comunicação brasileiro, dois componentes para o planejamento estratégico de políticas públicas voltadas a proteger e promover a opinião pública democrática.

Considerando que estamos passando por um declínio das atitudes da população sobre a democracia representativa na América Latina (Botelho, Okado e Bonifácio, 2020), associado a uma década de crise econômica estrutural, na qual a América Latina cresceu economicamente apenas 0,9% entre 2015 e 2024, e, lembrando dos casos de retrocesso democrático no Equador em 2010, Paraguai em 2012, Brasil em 2016, Peru desde a segunda metade da década de 2010, Bolívia em 2019 e Venezuela a partir de 2017, justificamos nossa proposta considerando a relação de mútua dependência entre o regime democrático e o debate público que se torna massificado por meio do sistema de comunicação.

A OPINIÃO PÚBLICA NO PENSAMENTO AUTONOMISTA

A escola da autonomia foi criada por volta da década de 1970 por Hélio Jaguaribe e Juan Carlos Puig. Nós a consideramos uma das grandes contribuições do pensamento latino-americano ao campo das Relações Internacionais, assim como já são reconhecidas a teoria estruturalista cepalina, as teorias da dependência e a teoria decolonial. Os teóricos autonomistas partem de uma reinterpretação da estrutura do sistema internacional — que consideram hierárquico — da formação das sociedades periféricas nessa estrutura, vistas como dependentes das sociedades imperiais. Além disso, buscam a superação do *status quo* doméstico e internacional por meio de políticas públicas estrategicamente planejadas para aumentar a viabilidade nacional, a



permissibilidade internacional e a autonomia técnico-empresarial no contexto de um processo de integração regional (Franzoni, Pessoa e Almeida, 2024).

Dito isso, como os fundadores da escola da autonomia consideram a opinião pública em sua teoria? Um dos pilares para essa estratégia reformista radical é um consenso relativo em torno do projeto autonomista na opinião pública democrática entre as classes governantes, os intelectuais, as classes burguesas dos setores industrial e de construção civil, bem como a classe trabalhadora (Jaguaribe, 1979; Puig, 1980). Nesse sentido, a proteção e a promoção do setor dos sistemas de comunicações são também objetivos plausíveis em uma estratégia autonomista de superação do lugar dependente na estrutura do sistema internacional. Apesar dessa possível relação não ter sido elaborada por Jaguaribe ou Puig, essa questão foi analisada pelo teórico autonomista Guimarães (2013), que aprofundaremos na próxima seção.

Citando os exemplos de ascensão da Alemanha e do Japão, Jaguaribe (1979, p. 99, *tradução nossa*) propõe que “[...] os esforços necessários para alcançar a desejada autonomia técnica e científica se revelaram compatíveis com as motivações das massas e das elites para empreendê-los”⁵. Jaguaribe considera que a desvantagem informacional das chamadas “massas” pode ser instrumentalizada para sustentar os custos necessários para o projeto de autonomização, de forma que os produtos de menor qualidade produzidos inicialmente pelo parque industrial nacional e o aumento da inflação não tornem a opinião pública das classes subalternas contra o projeto autonomista. Por sua vez, Puig (1980, p. 154, *tradução nossa*) propõe que uma estratégia autonomista depende “[...] sobretudo, [de] elites funcionais, ou seja, decididas a empreender o caminho da autonomização”⁶. Como veremos a frente, o público dos maiores jornais brasileiros é no geral as classes A e B, assim a mídia assumiria um importante papel na formação da identidade e dos interesses das classes dominantes (Azevedo, 2006; Baum e Potter, 2008; Herman e Chomsky, 1988).

Os primeiros estudos sobre opinião pública buscaram fornecer apoio empírico à hipótese de que ela seria volátil e não possuiria preferências estáveis. O chamado consenso Almond-Lippmann refere-se justamente a este conjunto de ideias sobre a relação entre o público e a política externa. Formuladas por Gabriel Almond (1950) e Walter Lippmann (1922), esses autores argumentavam que a opinião pública era irrelevante ou até prejudicial para a formulação de políticas internacionais, caracterizada como inconsistente e desinteressada.

Shapiro e Page (1983) se contrapuseram ao consenso Almond-Lippman. Ao analisar diversas pesquisas e *surveys* dos Estados Unidos, os autores argumentaram que, quando agregado, os resultados demonstraram padrões consistentes e respostas estáveis sobre eventos

⁵ Original: “[...] los esfuerzos necesarios para alcanzar la deseada autonomía técnica e científica se revelaron compatibles con las motivaciones de las masas y las élites para emprenderlos”.

⁶ Original: “[...] sobre todo, élites funcionales, o sea, decididas a emprender el camino de la autonomización”.



e informações relevantes de relações internacionais, rejeitando a ideia de que a opinião pública seria instável e inconsistente. O que ocorre é que existe o debate em torno da competência do público para avaliar e criar opinião sobre política externa. Contudo, para Holsti (1992), as pesquisas que contestam o consenso Almond-Lippmann ainda revelam que o público permanece mal informado sobre temas de política externa. Do mesmo modo, estruturar a opinião pública em dimensões binárias, como por exemplo, isolacionista-internacionalista ou protagonismo-pacifismo, não descreve com total precisão suas principais dimensões, sentimentos e entendimento sobre temas internacionais.

Os estudos de Baum e Potter (2008; 2019) apontam para uma assimetria informacional entre o público e os tomadores de decisão. Os políticos, líderes e as elites possuem vantagem informacional temporal perante o público. Os autores enfatizam que tal assimetria obriga os indivíduos a buscarem atalhos cognitivos, baseado em pistas heurísticas que são informações esparsas sobre conflitos, tratados, negociações com outras nações, características de sistemas de armas, líderes estrangeiros e afins. Do mesmo modo, os veículos de informação modificaram a dinâmica do público com a política internacional. Desde o fenômeno do Efeito CNN estruturado pela mídia televisiva informando 24 horas por dia, até as novas mídias digitais caracterizadas pela fragmentação da informação e polarização por meio dos algoritmos (Baum e Potter, 2008; 2019).

Esse processo tensionaria a uma opinião pública com pouco lastro informacional de qualidade, mas potencialmente ativa em momentos de crise internacional. Holsti (1992) afirma que mesmo mal informado, o público ainda tem um impacto perante a política externa. Em democracias, principalmente, a população pode recompensar ou constranger tomadores de decisão. Deve-se reconhecer, portanto, a diversidade na caracterização da opinião pública e as variáveis presentes. Em vertentes que as dispõem dentro de uma dinâmica dita pluralista, podemos afirmar que é onde projeta-se maior grau de autonomia e influência na análise. Já em uma dinâmica dita elitista, existe maior ênfase para a opinião pública ser influenciada e manipulada pelas elites e tomadores de decisão (Robinson, 2008). Entretanto, na literatura sobre opinião pública e política externa, nenhuma abordagem específica dominou o campo. Os estudos focam em uma série de questões específicas que não necessariamente devem se somar a um modelo teórico abrangente, mas ser útil para agregar novas variáveis (Foyle, 2011).

Interpretamos que Jaguaribe (1979), Puig (1980) e Guimarães (2013) trabalham com um conceito de opinião pública na qual “[...] definem opinião em termos de controvérsia e de expressão de ideias controvertidas. Inclinam-se a valorizar a existência de públicos, mais que do público, e a distinguir entre manipuladores das políticas e públicos que manifestam a opinião pública sobre questões em debate” (Watt, 1986, p. 836), além disso há um entendimento subjacente de que o juízo coletivo é a origem secular da autoridade política da soberania popular. Também é possível interpretar em Jaguaribe e Puig, enquanto tributários das perspectivas célicas de Jean-Jacques Rousseau e de Hans Morgenthau, uma percepção elitista sobre a opinião das



chamadas “massas” no que diz respeito a um possível papel positivo das classes subalternas na avaliação e na formulação da política externa.

A visão elitista de Hans Morgenthau (2003) sobre a opinião pública pode ser resumida na compreensão de que “a imprensa dá a forma do discurso em uma sociedade mediatizada, e ela, por trabalhar com estereótipos, não tem a competência de refletir a verdade, sendo, portanto, um instrumento ineficaz para a educação do público” (Guimarães e Amorim, 2013, p. 107). Ou seja, para os elitistas a opinião pública é “[...] apresentada como algo inevitavelmente ameaçador, com base na total descrença da possibilidade de se elaborar um pensamento público democrático” (Guimarães e Amorim, 2013, p. 106). Em Rousseau, por sua vez, o conceito de opinião pública incorpora uma tensão entre o seu aspecto como “elemento que marca a degradação do homem [...]”, mas é também um meio de desenvolver a virtude cívica” (Guimarães e Amorim, 2013, p. 117). Além disso, em Rousseau a opinião pública assume o fundamental papel de fonte da legitimidade do legislador, cujo papel é conhecer os costumes dos cidadãos (sinônimo de opinião pública para o genebrino) para constituir as leis, a vontade geral (Guimarães e Amorim, 2013, p. 119). Argumentamos que é possível identificar no conceito implícito de opinião pública dos autonomistas essa contradição entre uma visão céтика da capacidade de reflexão das classes subalternas por meio do debate público nos meios de comunicação e uma visão republicana que considera a opinião pública democrática como a base discursiva da soberania popular.

Após analisar o conceito implícito de opinião pública em Jaguaribe e Puig, descrevemos as principais variáveis teorizadas pela escola da autonomia e propomos os impactos hipotéticos do sistema de comunicação na estratégia autonomista. “Em termos estruturais, o acesso à autonomia depende de duas condições básicas: viabilidade nacional e permissibilidade internacional” (Jaguaribe, 1979, p. 96, *tradução nossa*). Viabilidade nacional é um conceito relativo que varia conforme o contexto histórico e as condições socioculturais domésticas, depende de um mínimo de recursos humanos e naturais e de uma posição favorável na divisão internacional do trabalho (Jaguaribe, 1979). Por sua vez, a permissibilidade internacional significa a margem em que um Estado tem condições de neutralizar riscos vindo das estruturas hegemônicas⁷ com capacidades de impor formas de coerção contra o primeiro (Jaguaribe, 1979). Por fim, além das condições estruturais, os teóricos autonomistas também consideram condições dinâmicas: autonomia técnico-empresarial, relações favoráveis com o centro imperial e independência militar (Jaguaribe, 1979; Puig, 1980). “Autonomia técnico-empresarial” é caracterizada por envolver um modelo de economia política com participação ativa do Estado no projeto de desenvolvimento socioeconômico; um bloco político entre as classes governante, intelectual, burguesa e trabalhadora; elites domésticas comprometidas com o projeto autonomista; e integração regional (Jaguaribe, 1979). Por sua vez, “relações favoráveis com o centro imperial” são caracterizadas por

⁷ Na análise de Guimarães (2013), as estruturas hegemônicas são formadas por Estados, organizações internacionais, empresas multinacionais, organizações não-governamentais internacionais e redes que interligam os atores do sistema internacional.



termos de trocas favoráveis, em especial, por identificação étnica e cultural com a sociedade imperial (Jaguaribe, 1979).

A partir do pensamento de Jaguaribe (1979) e Puig (1980) descrito acima, propomos que é possível integrar o sistema de comunicação, composto por organizações e infraestrutura que viabilizem a liberdade de expressão da opinião pública, em uma estratégia autonomista por meio do impacto que teorizamos nas variáveis viabilidade nacional, permissibilidade internacional, autonomia técnico-empresarial e relações favoráveis com o centro imperial. A partir de um raciocínio indutivo, identificamos as áreas nas quais o sistema de comunicação tem influência dentro das variáveis descritas acima do pensamento autonomista. Na viabilidade nacional propomos que o sistema de comunicação impacta a formação de capital humano e o fomento de condições socioculturais domésticas estáveis. Na permissibilidade internacional propomos que o sistema de comunicação pode dissuadir e mitigar campanhas negativas contra as instituições e os atores domésticos de países periféricos. Na autonomia técnico-empresarial o sistema de comunicação pode fomentar e viabilizar um relativo consenso entre as classes governante, intelectual, burguesa e trabalhadora, e promover o compromisso das elites com o projeto autonomista. Por fim, o sistema de comunicação pode impactar nas relações favoráveis com o centro ao fortalecer o prestígio do Estado-nação e dos atores domésticos no sistema internacional.

A SOCIOLOGIA AUTONOMISTA DO SISTEMA DE COMUNICAÇÃO

Na interpretação autonomista, qual seria o papel da mídia nas relações internacionais de países periféricos? Como vimos, os teóricos fundadores da escola da autonomia pouco escreveram sobre essa questão, mas a geração autonomista posterior analisou essa temática e nessa seção revisaremos essa contribuição. Em poucas palavras, é possível afirmar que a escola da autonomia interpreta o sistema internacional como composto por unidades desiguais que interagem em diferentes estruturas hierárquicas (política, econômica e social). Dentre essas unidades, Guimarães (2013, p. 39) propõe considerar as redes que interligam os atores do sistema internacional, como “acordos jurídicos de toda natureza, o sistema de bases militares, em especial norte-americanas, as redes de satélites e os sistemas de comunicação, entre eles a internet”.

Por meio das redes de satélites e da mídia ocorrem processos da dinâmica do sistema internacional hierárquico, como “pressões e ameaças, de campanhas de mídia, de ações encobertas, de aliciamento de agentes estrangeiros, de sistemas de vigilância da informação” (Guimarães, 2013, p. 39). Nesse sentido, é possível afirmar que o autor considera a mídia como atores estratégicos, ou seja, dotados de autonomia relativa frente ao Estado e a estrutura econômica, das relações internacionais na medida que “geram e difundem as interpretações do mundo e dos eventos; os códigos de valores e de comportamento individual; a pauta prioritária da política internacional” (Guimarães, 2013, p. 40). A seguir analisaremos a bibliografia



especializada nos meios de comunicação que apresentam reflexões complementares às de Guimarães.

Segundo Kerstin Schulz (2013), o circuito relacional da mídia com a opinião pública e os tomadores de decisão nas relações internacionais possui caráter multidimensional e contingencial. Há, de fato, um desafio inerente no desenvolvimento de um modelo analítico sobre este circuito, tendo em vista a dificuldade de isolar analiticamente as variáveis e determinar direções e condições de influência. Do mesmo modo, deve-se considerar qual o regime dos países periféricos inseridos no sistema de comunicação. Como o público é comumente excluído do debate político centrado no executivo ou centrado na elite, as decisões de política externa são geralmente forçadas contra ou alheia à vontade da maioria da população. Sendo assim, numa esfera pública, a mídia pode ser considerada um importante fórum público e ator mediador central entre a política dos tomadores de decisão e o público (Schulz, 2013).

Segundo Baum e Potter, a mídia atua no mercado de informações como um intermediário, com capacidade de exercer as funções de gatekeeper, de framing e de agenda setting, com autonomia relativa “como o elo primário entre líderes e o público, as mídias são um ator central no mercado de informações de política externa”⁸ (Baum e Potter, 2018, p. 50). Nesse mercado de informações a mídia depende dos governantes para a oferta da *commodity* informação que os jornalistas ofertam para a demanda dos consumidores de informações, assim “o equilíbrio de informações *tende a favorecer os governantes, e, portanto, as mídias são mais sensíveis às preferências dos líderes do que àquelas do público*”⁹ (Baum e Potter, 2018, p. 50). É necessário fazer a distinção da mídia de elite, pois esse grupo sociológico é caracterizado por exercer maior influência na formação da opinião das elites, inclusive de política externa, que dependem dessas fontes de informações e de opiniões informadas. “A distinção entre elites tomadoras de decisões e elites midiáticas é menos clara do que a maioria dos modelos teóricos indica”¹⁰ (Baum e Potter, 2018, p. 53).

A mídia estadunidense tem uma tendência a *rally around the flag* no início de conflitos internacionais, de forma semelhante ao público, devido à sua dependência das informações oficiais do governo, enquanto que “[...] as mídias tem mais chances de influenciar independentemente a política externa quando os líderes debatem sobre [...] enquadramentos possíveis para uma dada decisão política”¹¹ (Baum e Potter, 2018, p. 51). Quando as elites debatem sobre o enquadramento de um evento, a mídia acelera a dissipação da desvantagem informacional do público, pois a “guerra de enquadramentos” expõem os cidadãos e cidadãs a

⁸ Original: “as the primary link between leaders and the public, the media are a central actor in the foreign policy marketplace”.

⁹ Original: “the information equilibrium tends to favor leaders, and, hence, the media are more responsible to leaders’ preferences than to those of the public”.

¹⁰ Original: “The distinction between decision-making and media elites is less clear than most theoretical models imply”.

¹¹ Original: “[...] the media are most likely to independently influence foreign policy when leaders debate over [...] contestable frames for a given policy action”.



uma maior variedade de informações assim aumentando as chances de o público influenciar a tomada de decisões em política externa (Baum e Potter, 2018). Ao contrário, a mídia tem menos possibilidades de influenciar o debate público quando os líderes têm enquadramentos culturalmente congruentes, porque a desvantagem informacional do público é exacerbada pelo tom unidimensional da cobertura da mídia (Baum e Potter, 2018).

Projeta-se um quadro em que a mídia se torna um propagador de interesses das elites. A política externa é, portanto, formulada pelo Estado e pelas elites, refletindo a função política e a estrutura econômica que tenciona qualificar uma relação de dominação perante a mídia e o público. Herman e Chomsky (1988), por exemplo, enfatizam que os imperativos comerciais agem nas áreas de interesse na relação entre elites e mídia. Nesse sentido, os meios de comunicação também estão inseridos num sistema de compartilhamento de crenças, códigos e valores de elites. “Os jornalistas dos meios de comunicação de massa [...] tendem a “indexar” a gama de vozes e pontos de vista, tanto nas notícias como nos editoriais, de acordo com a gama de opiniões expressas no debate governamental dominante”¹² (Bennett, 1990, p. 106). Por mais que o modelo elitista sobre a mídia tenha limitações, é possível extrair dessa visão seu caráter formativo da opinião pública (Bennett, 1990). O conceito de *framing* é particularmente útil para compreender como as notícias podem ser conformadas com o objetivo de produzir um sentido, entendimento ou percepção do problema. Em um contexto de mídia tradicional sustentada por elites, o cidadão sabe pouco sobre a política externa, tende a se engajar pouco e, ainda, busca pistas heurísticas a partir dos líderes e da mídia para formular sua opinião. Destarte ocorra um acontecimento que lance luz sobre a política externa, a assimetria de informações dá aos líderes uma liberdade para a condução e habilita ofertas de informação guiadas pelas elites (Baum e Potter, 2008).

No âmbito das relações internacionais de países periféricos, a perspectiva autonomista coloca a mídia e as ações de informação forças motrizes para a dinâmica do sistema, com a missão de construção do imaginário da sociedade e manutenção do *status quo*. Indo de encontro com Herman e Chomsky (1988), Guimarães (2013, p. 73) afirma que “os meios de comunicação são gigantescas empresas de informação, de entretenimento, de diversionismo político e de publicidade de consumo, aberta ou disfarçada.” O sistema de comunicação é, portanto, um sistema de influência e de construção do “imaginário dos indivíduos e das classes hegemônicas em cada Estado, o que será decisivo para a sua cooperação com as iniciativas de política imperial americana, em nível bilateral ou global” (Guimarães, 2013, p. 73). Os resultados dessa conjuntura são as reprodutibilidades de narrativas do pensamento de países do centro global para os países periféricos, que pode ser verificável nas fontes de notícias internacionais que alimentam os jornais locais e onde localizam-se os jornalistas correspondentes - normalmente em Londres e Nova York.

¹²Original: “Mass media news professionals [...] tend to ‘index’ the range of voices and viewpoints in both news and editorials according to the range of views expressed in mainstream government debate”.



Tendo em mente as assimetrias da estrutura global, as crises mundiais que surgem e as consequentes críticas a políticas liberais, aos banqueiros, executivos, investidores e às elites, de modo geral, decorre da mídia o trabalho de divulgar e recuperar a legitimação do Estado e suas ideologias para superação da crise e para promoção do desenvolvimento como estratégia econômica confiável (Guimarães, 2013). Essas ações podem extrapolar o escopo econômico e adentrar para a ação geopolítica de intervenção efetiva de países do centro que “articuladas pela mídia internacional, demonizam Estados, sociedades, culturas e religiões além de propagar notícias falsas e colaborar nas operações de ‘mudança de regime’” (Guimarães, 2013, p. 43) para legitimar suas intervenções externa e militares em países periféricos. Ou seja, embora exerça relativa autonomia perante os tomadores de decisão e as elites, a mídia internacional em uma estrutura de mercado de oligopólio é instrumentalizada para legitimação de ações internacionais estatais e para perpetuação do sistema econômico que as baseiam.

Em um primeiro momento, o ambiente tecnológico de mídias sociais, advento da internet e notícias em tempo real gerou um sentimento de otimismo. Anteriormente, a mídia tradicional, dentro de um arcabouço elitista e coautora das visões correntes hegemônicas e dominantes, perpetuava-se como detentora das informações, característica do *gatekeeping*. Agora, as mídias sociais quebraram os parâmetros de quem controla o fluxo de informação, pois qualquer cidadão pode gravar vídeos, tirar fotos, criar títulos e subtítulos e transmitir informações aos demais, sejam elas verdadeiras ou não. Nesse sentido, a mídia mudou em vias de dificultar o processo de convergência de informações. O que antes poderia ser visto com otimismo, tornou-se um fenômeno de hiper fragmentação da informação. Muito do que é comumente tratado como idiossincrático no momento político atual é, portanto, sistemático (Baum e Potter, 2019).

“A internet tem sido utilizada como instrumento de política internacional para divulgar ‘imagens’, favoráveis ou desfavoráveis, de Estados e de dirigentes, e ‘imagens’ fabricadas ou não de eventos políticos, como ocorreu durante a ‘primavera árabe’” (Guimarães, 2013, p. 40). Ao mesmo tempo em que a internet congrega comunidades fortes e mobiliza reivindicações relevantes para a sociedade, esse novo contexto está associado aos algoritmos das redes sociais que tencionam reter o usuário o máximo de tempo possível. Assim, o sistema de comunicação nas mídias sociais mistura notícias e entretenimento. Os algoritmos agem para oferecer uma seleção particular de notícias de acordo com afinidade ideológica, o que leva a nichos e bolhas epistemológicas, gerando polarização e a exposição de ideais radicais, como por exemplo, grupos neonazistas, antivacina, racistas e extremistas. Em suma, a hiper fragmentação da informação associada aos algoritmos contribui para a desinformação e *fake news* (Baum e Potter, 2019).

Nesse sentido, Baum e Potter (2019) analisam as ameaças das *fake news* e suas consequências para a realidade democrática. De fato, a grande mídia ainda tem a capacidade de arregimentar grandes públicos, assim como, as elites e os líderes ainda podem impactar em todas as mídias. Contudo, há uma maior diversidade de informações e suas fontes que geram maior



dificuldade de enquadrar eventos de política externa, por exemplo. A opinião pública, por consequência, está cada vez mais crítica e desconfiada, erodindo a ideia da mídia tradicional como um árbitro neutro. Dessa forma, existe o que Baum e Potter (2019) chamam de “elasticidade da realidade”, que consiste na descrição da dificuldade que ocorre em um processo de imposição e restrição do curso de um engajamento político. Assim, essa perspectiva pessimista propõe que há um quadro em curso de indivíduos cada vez mais opinativos e menos informados, de pouca qualidade de informação com muita quantidade e de conflito entre paixões populares e notícias verídicas.

BREVES NOTAS PARA UM PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DO SISTEMA DE COMUNICAÇÃO BRASILEIRO

Ao analisar as ameaças sobre o sistema de comunicação de Estados periféricos, os autonomistas levam em conta as considerações de Morgenthau (2003, p. 125) sobre o imperialismo cultural, que objetiva “o controle das mentes dos homens, como instrumento para alterar as relações de poder entre duas nações”. Nesse sentido, Guimarães (2001, p. 139) identifica uma “ofensiva ideológica que procura demonstrar cotidianamente a ‘inexorabilidade’ e ‘benemerência’ da globalização (na realidade, assimétrica e concentradora) e a inevitabilidade do caminho único de subordinação às estruturas hegemônicas”. Enquanto líder das estruturas hegemônicas, os Estados Unidos da América buscam “garantir o livre acesso dos sistemas de divulgação do *american way of life* a todas as sociedades” (Guimarães, 2001, p. 56), enquanto esse objetivo é visado por meio da defesa da sua definição de “liberdade de informação” com oposição a qualquer política de promoção e proteção da produção cultural e dos meios de comunicação.

“Os EUA, nesses segmentos, criaram mecanismos capazes de financiar seus investimentos, aportando recursos públicos e privados, com forte componente de risco, pois a inovação e sua rápida difusão para o mercado são essenciais” (Moraes, 2004, p. 379). Em virtude de vantagens competitivas no setor de satélites e de infraestrutura de telecomunicações, construídas por meio de transferências de tecnologia ao setor privado dos resultados da coordenação de investimentos do Departamento de Defesa em pesquisas e desenvolvimento na área ao longo de toda a Guerra Fria, os EUA detêm um poder estrutural nessa área (Moraes, 2004). Por meio do poder estrutural no setor dos sistemas de comunicações, os EUA “leva outros Estados, suas instituições políticas, econômicas, públicas e privadas, e as ‘cabeças pensantes’, aí incluídos cientistas e profissionais qualificados, a agirem e a operarem segundo parâmetros dados e reproduzidos exogenamente” (Moraes, 2004, p. 370).

Em virtude da baixa capacidade em infraestrutura de telecomunicações, os Estados periféricos foram convertidos em mercados para a expansão das operadoras estadunidenses de serviços móveis, assim “auxiliados pelas instituições supranacionais originadas em Bretton Woods, os EUA coagiram os demais governos a adotarem, um após o outro, o seu modelo de telecomunicações” (Moraes, 2004, p. 370). Esse ciclo de acumulação no setor das



telecomunicações globais gerou um processo de extrema concentração do capital, formando o que hoje pode ser caracterizado como um setor de oligopólio (Moraes, 2004). "Ao projetar a infraestrutura de telecomunicações para fora de seu território, em direção ao espaço orbital e para outros países, os EUA impuseram globalmente o seu modelo, mas, sobretudo, padronizaram e ampliaram uma forma de gestão do capital e da produção que o mundo todo absorveu" (Moraes, 2004, p. 379). Nessa estratégia geoeconômica estadunidense, a rede de satélites assume papel dual, civil e militar, e o poder militar *cibertech* se fortalece por meio da provisão de serviços de banda larga em alta velocidade via satélite. Ou seja, o sistema de telecomunicações brasileiro está sob pressão da promoção do modelo estadunidense de telecomunicações com "um mercado privado, aberto à concorrência na prestação de serviços locais e na longa distância, regulados por uma agência governamental" (Moraes, 2004, p. 370), tendência iniciada na década de 2000 como observamos a seguir.

Além da ameaça externa, um planejamento estratégico deve considerar as fraquezas do sistema de mídia brasileiro. É necessário relembrar que há um relativo consenso entre os teóricos da democracia que a diversidade de fontes de informações, garantindo a pluralidade de opiniões, são fundamentais para o correto processo de debate público para a tomada de decisões em democracias plenas. Nesse sentido, para garantir essas condições de pluralidade no debate público "[...] é imprescindível que os meios de comunicação de massa estejam organizados numa estrutura plural e competitiva e seja capaz de refletir, se não toda, pelo menos as correntes mais importantes de diversidade ideológica, política e cultural da sociedade" (Azevedo, 2006, p. 98). O que não se verifica nas características do sistema de mídia brasileiro, conforme descrevemos a seguir.

A mídia impressa só pode ser caracterizada como uma indústria de massa somente a partir da década de 1980. Os jornais brasileiros possuem baixa circulação quando comparados com os de países desenvolvidos, tendo a baixa escolaridade e a baixa renda da população como os grandes impedimentos para a expansão da circulação dos jornais no Brasil. "Além da baixa circulação e penetração dos jornais [...] a grande imprensa nacional possui como *target* os estratos sócio-econômicos A e B" (Azevedo, 2006, *sic*, p. 95). Segundo dados de 2000, as classes A e B liam jornais em média o dobro que a classe C, enquanto as classes D e E liam jornais em média 21% do que as classes A e B. "Orientados para a elite e os formadores de opinião, estes jornais compensam a baixa penetração nas camadas populares com a grande capacidade de produzir agendas, formatar questões e influenciar percepções e comportamentos" (Azevedo, 2006, p. 95). A circulação de informações no Brasil ocorria principalmente por meio do rádio e da televisão, cerca de 1/3 da população, as classes altas e mais escolarizadas, se informava por meio de jornais e os outros 2/3, das classes baixas e menos escolarizadas, se informava por meio do rádio e da televisão com baixa prioridade para as notícias políticas (Azevedo, 2006). Não há consenso sobre qual o meio mais adequado para se informar, se por mídia impressa ou por rádio e televisão, mas há menor



prioridade para notícias políticas no rádio e na televisão aberta. Além dessas características, no início dos anos 2000 surgiu uma nova tendência no sistema brasileiro de mídia:

"As novas regras adotadas nos últimos anos, sob pressão do processo de globalização e da onda neoliberal de desregulamentação, quebraram o monopólio estatal das telecomunicações e permitiram a participação estrangeira, embora minoritária, nos meios de comunicação de massa do país" (Azevedo, 2006, p. 100)

Segundo Azevedo (2006), o sistema de mídia brasileiro pode ser classificado como um sistema mediterrâneo ou pluralista polarizado. Caracterizado por jornais de baixa circulação e orientados para a elite e pela centralidade do rádio e da televisão no mercado de informações, "com a predominância de um jornalismo opinativo orientado para a defesa de interesses ideológicos, políticos e econômicos ou, em casos mais extremos, simplesmente a serviço de governos, partidos ou grupos econômicos" (Azevedo, 2006, p. 90), e pela baixa diversidade externa com a falta de uma imprensa partidária ligada a interesses sociais minoritários. Outra característica do sistema de comunicação brasileiro é o controle de sua grande maioria por monopólios familiares e o controle de parte importante das emissoras de rádio e televisão por políticos (Azevedo, 2006).

Azevedo (2006) e Guimarães (2013) destacam que o oligopólio dos meios de comunicação no Brasil pode ser considerado uma característica da nossa formação social. Reflexo de um processo de desenvolvimento tardio, concentrado e orientado para as elites, no lastro de um processo histórico internacional assimétrico com influência e participação dos países hegemônicos, a indústria midiática projetou na identidade nacional marcas culturais deste centro mundial. O quadro do sistema de mídia brasileiro dificulta o ambiente de diversidade política e favorece os meios de comunicação a se colocarem cada vez mais como agentes políticos por direito próprio. Os padrões assimétricos de relações internacionais entre países, resultado do colonialismo e imperialismo, também permitiu às elites coloniais mimetizarem modelos e valores ocidentais. Essas elites coloniais, por sua vez, detentoras das mídias de massa projetam os valores, códigos, símbolos, ideias e crenças através dos meios de comunicação. Mornamente vinculado à ideologia das elites e ao reforço do sistema econômico, a mídia possui "forte identificação com partidos políticos conservadores, vinculados às classes hegemônicas tradicionais e a influência cultural estrangeira em competição desleal com a produção cultural brasileira" (Guimarães, 2013, p. 116).

Embora tenha ocorrido uma redução do *gatekeeping* com as novas mídias sociais, gerando uma diversificação e inclusão do acesso à informação, cabe notar que a verificabilidade dos fatos e a transparência dos algoritmos ainda são um paradigma. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2024), no Brasil, em 2024, 168 milhões de pessoas com 10 anos ou mais de idade do País utilizaram a Internet. Desses, 115 milhões afirmaram que utilizavam a internet para ler jornais, notícias, livros ou revistas; 141 milhões usavam para acessar redes sociais; e, 167 milhões utilizaram a internet para enviar ou receber mensagens. A visão autonomista para



os desdobramentos de uma opinião pública no contexto das mídias sociais consideraria, portanto, a perpetuação das infraestruturas centralizadas de quem detém essas plataformas; a homogeneização nas formas de expressão e interação social e econômica; assim como a hiper fragmentação da informação a expandir as assimetrias informacionais entre públicos e elites, eleitores e tomadores de decisão, centro e periferia (Baum e Potter, 2019).

A partir do impacto teorizado do sistema de comunicação e da opinião pública nas variáveis do pensamento autonomista, bem como as ameaças e fraquezas identificadas na bibliografia especializada, formulamos algumas sugestões de políticas públicas para o setor. Destacamos os objetivos de um planejamento estratégico do sistema de comunicação de grandes Estados periféricos traçados por Guimarães (2001, p. 140).

"Dessa forma, é essencial a criação de mecanismos que, primeiro, evitem a oligopolização ou a monopolização dos mercados audiovisual, editorial, fonográfico e radiofônico por manifestações culturais de uma ou poucas origens; Segundo, viabilizem a difusão do maior número de experiências culturais estrangeiras diversificadas; terceiro, garantam um 'espaço' para a produção cultural brasileira, em cada esfera de distribuição – não inferior àquele ocupado pelas manifestações culturais oriundas de qualquer outro país" (Guimarães, 2001, p. 140).

Nesse sentido, é de suma importância o fortalecimento da Agência Nacional de Telecomunicações para que se estabeleçam regras que coibam a concentração dos jornais, rádios e televisão aberta em monopólios familiares e políticos. Ademais, cabe estimular maior diversidade de enquadramentos e de agendas no debate público, a fim de viabilizar a formação de opinião pública democrática e mitigar as desigualdades do nosso sistema de comunicação. Afora a quebra de monopólios e oligopólios, a disseminação de *fake news* também deve ser coibida por meio da regulação das redes sociais, cujo algoritmo estimula a criação de bolhas de conteúdo extremista. Do mesmo modo, caberia a construção de uma infraestrutura midiática, digital, plural e inclusiva, para reduzir a ameaça do imperialismo cultural, a influência das *big techs* no controle dos dados e a dependência tecnológica. A construção de projetos de televisões públicas regionais, como foi o projeto da TELESUR, o aporte de investimentos públicos no fortalecimento das mídias independentes, além da produção de cinema nacional, com cotas de exibição para maior diversidade cultural, se apresentam como políticas públicas que nos protegeriam contra a replicabilidade de enquadramentos e campanhas negativas, estimulando nossa autonomia-técnico empresarial.

Portanto, a projeção dessa infraestrutura como um sistema de comunicação atrelado a uma indústria cultural autônoma, com a criação de redes alternativas de comunicação e a formação de capital humano, visaria aumentar nosso prestígio no sistema internacional e fomentar condições socioculturais domésticas estáveis. Entretanto, vale notar que tais esforços são frequentemente recebidos com desconfiança. As hostilidades a propostas como essas partem de pressuposições que configuraram tais iniciativas dentro de um escopo limitador da liberdade de



imprensa e perigoso à democracia. Não obstante, como procuramos demonstrar, na verdade protegem e promovem uma opinião pública cada vez mais democrática.

CONCLUSÃO

Conforme visto, a teoria da autonomia é uma das contribuições do pensamento latino-americano ao campo das Relações Internacionais. A escola da autonomia parte de uma reinterpretação da estrutura do sistema internacional e da formação das sociedades periféricas. Um dos fundamentos da teoria é um consenso relativo na opinião pública a favor da estratégia autonomista. Apesar de Jaguaribe e Puig não terem desenvolvido uma análise profunda do papel deste ator e do sistema de comunicação na sua teoria, analisamos que tais autores fundadores da teoria da autonomia trabalhavam com um conceito "republicano cético" de opinião pública. Influenciados pelas teorias de Rousseau e Morgenthau tinham perspectivas contraditórias sobre o público com elementos elitistas e republicanos. Descrevemos os principais conceitos e condições da teoria da autonomia (viabilidade nacional, permissibilidade internacional e autonomia técnico-empresarial) e teorizamos o impacto do sistema de comunicação nessas variáveis.

Também analisamos que a teoria da autonomia interpreta o sistema internacional como composto por unidades desiguais que interagem em estruturas hierárquicas, onde as redes de comunicação, como a mídia e a internet, desempenham um papel estratégico ao gerar e difundir interpretações do mundo, valores e agendas políticas. A mídia, atuando como intermediária no mercado de informações, exerce funções como *gatekeeping*, *framing*, *agenda-setting* e *indexing*, com autonomia relativa em relação ao Estado e à estrutura econômica, influenciando e sendo influenciada tanto pelas elites quanto pelo público. No entanto, sua capacidade de influência é maior quando há debates entre as elites sobre enquadramentos de eventos, permitindo que o público acesse uma variedade de informações e participe mais ativamente da política externa. Por outro lado, quando os líderes adotam enquadramentos culturalmente congruentes, a mídia tende a reforçar a desvantagem informacional do público, limitando seu impacto no debate político.

O planejamento estratégico autonomista para o setor de comunicações em países periféricos considera as ameaças representadas pelo imperialismo cultural e pelo poder estrutural dos Estados Unidos, que promovem o *american way of life* e impõem seu modelo de telecomunicações globalmente, gerando concentração de capital e oligopólios (Guimarães, 2001; Moraes, 2004). Os EUA, com vantagens competitivas em satélites e infraestrutura de telecomunicações, consolidaram um poder geoeconômico e militar que pressiona os sistemas de outros países, como o Brasil, a adotarem modelos desregulamentados e abertos à concorrência. Além disso, o sistema de mídia brasileiro apresenta fragilidades, como baixa circulação de jornais, concentração em elites, dependência do rádio e da TV, e falta de pluralidade, sendo classificado como um sistema mediterrâneo ou pluralista polarizado, com controle por monopólios familiares e por políticos (Azevedo, 2006). Essas características limitam a diversidade de informações e



reforçam a necessidade de um planejamento estratégico que conte em consideração tanto as ameaças externas quanto as fraquezas internas do sistema de comunicações.

Propomos também formas alternativas de regulação da mídia, não apenas como mero aparato burocrático, mas como um instrumento de superação das assimetrias políticas e sociais reflexo do lastro histórico percorrido e do atual sistema internacional. Nesse sentido, uma mídia plural e autônoma criaria maiores condições de diversidade representativa e, por consequência, um maior diálogo sobre um projeto de desenvolvimento. O sistema de comunicação emerge como um eixo estratégico para a construção de autonomia e resistência às estruturas hegemônicas globais. Assim, a limitação da concentração midiática romperia os oligopólios que distorcem ou monopolizam o debate público; a regulação das redes sociais coibiria algoritmos que amplificam as *fake news* e bolhas extremistas; e, uma infraestrutura midiática doméstica e regional criaria condições de autonomia e de uma opinião pública democrática.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almond, G. A. (1950). *The American people and foreign policy*. New York: Harcourt, Brace and Company.
- Azevedo, F. A. (2006). 'Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político'. *Opinião Pública*, 12(1), 88–113, [Online]. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/op/a/TzJkgQBnG64hk5QyKCCv5NR> [Acesso em: 14 abr. 2025].
- Baum, M. A. e Potter, P. B. K. (2008). 'The Relationships Between Mass Media, Public Opinion, and Foreign Policy: Toward a Theoretical Synthesis'. *Annual Review of Political Science*, 11(1), 39–65 [Online]. Disponível em: <https://www.annualreviews.org/content/journals/10.1146/annurev.polisci.11.060406.214132>. [Acesso em: 14 abr. 2025].
- Baum, M. A. e Potter, P. B. K. (2019). 'Media, Public Opinion, and Foreign Policy in the Age of Social Media'. *The Journal of Politics*, 81(2), 747–756, [Online]. Disponível em: <https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/702233> [Acesso em: 14 abr. 2025].
- Bennett, W. L., (1990). 'Toward a Theory of Press-State Relations in the United States'. *Journal of Communication*, 40(2), 103–127 [Online]. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1460-2466.1990.tb02265.x> [Acesso em: 14 abr. 2025].
- Botelho, J. C. A.; Okado, L. T. A. e Bonifácio, R. (2020). 'O declínio da democracia na América Latina: diagnóstico e fatores explicativos'. *Revista de Estudios Sociales*, (74), 41–57, [Online]. Disponível em: <https://journals.openedition.org/revestudsoc/48913> [Acesso em: 14 abr. 2025].



Briceño-Ruiz, J.; Simonoff, A. (2017). 'La Escuela de la Autonomía, América Latina y la teoría de las relaciones internacionales'. *Estudios internacionales*, Santiago de Chile, v. 186, p. 39-72.

Figueiredo, R. e Cervellini, S. (2015). 'Contribuições para o conceito de opinião pública'. *Opinião Pública*, 3(3), p. 171–185, [Online]. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/op/article/view/8641001> [Acesso em: 14 abr. 2025].

Foyle, D. C. (2011). 'Public opinion, foreign policy, and the media: Toward an integrative theory'. In: EDWARDS, George C. (ed.). *The Oxford Handbook of American Public Opinion and the Media*. Oxford: Oxford University Press.

Franzoni, M.; Pessoa, L. O.; Almeida, V. F. de (2024). 'O Mercosul enquanto meio para alcançar autonomia: o pensamento de Samuel Pinheiro Guimarães'. *OIKOS*, 23(1), [Online]. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/oikos/article/view/64210> [Acesso em: 14 abr. 2025].

Guimarães, J.; Amorim, A. P. (2013). *A corrupção da opinião pública: uma defesa republicana da liberdade de expressão*. São Paulo: Boitempo.

Guimarães, S. P. (2001). *Quinhentos anos de periferia*. 4. ed. Porto Alegre/Rio de Janeiro: UFRGS/Contraponto.

Guimarães, S. P. (2013). *O imperialismo, o sistema internacional e o Brasil: Reflexões sobre a política internacional*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.

Herman, E. S.; Chomsky, N. (1988). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. New York: Pantheon Books.

Holsti, O. R. (1992). 'Public opinion and foreign policy: Challenges to the Almond-Lippmann consensus'. *International studies quarterly*, 36(4), 439-466. [Online]. Disponível em: <https://academic.oup.com/isq/article-abstract/36/4/439/1799204> [Acesso em: 17 out. 2025].

IBGE. (2024). Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: pessoas de 10 anos ou mais de idade que utilizaram Internet no período de referência nos últimos três meses, por finalidade do acesso à internet. Brasília. [Online]. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/7391#resultado> [Acesso em: 22 out. 2025].

Jaguaribe, H. (1979). 'Autonomia periférica e hegemonia centrada'. *Estudios Internacionales*, 12(46), pp. 91–130 [Online]. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/41392111> [Acesso em: 14 abr. 2025].

Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. New York: Harcourt, Brace and Company, 1922.



Míguez, M. C. (2021). Autonomy in Foreign Policy: A Latin American Contribution to International Relations Theory. Oxford Research Encyclopedia of International Studies. Oxford University.

Moraes, G. (2004). 'Telecomunicações e poder global dos EUA'. In: FIORI, J. L. (Org.). *O poder americano*. Petrópolis: Vozes. pp. 347–392.

Morgenthau, H. [1949] (2003). *A política entre as nações: a luta pelo poder e pela paz*. Brasília: Universidade de Brasília, Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, Instituto de Pesquisa de Relações Internacionais (IPRI/FUNAG).

Muñoz, L. da R. (2016). 'O conceito de autonomia em Puig e Jaguaribe: uma análise comparativa intertextual'. *Revista Carta Internacional*, Belo Horizonte, 11(2), p. 200-221.

Puig, J. C. (1980). *Doctrinas internacionales y autonomía latinoamericana*. Caracas: Universidad Simón Bolívar, Instituto de Altos Estudios de América Latina, Fundación Bicentenario de Simón Bolívar.

Robinson, P. (2008). 'The role of media and public opinion'. In: SMITH, S.; HADFIELD, A.; DUNNE, T. (org.). *Foreign policy: theories, actors, cases*. Oxford: Oxford University Press. p. 137–154.

Schulz, K. (2013). 'Foreign Policy Involvement Matters: Towards an Analytical Framework Examining the Role of the Media in the Making of Foreign Policy'. *Global Media Journal - German Edition*, 3(1), [Online]. Disponível em: <https://www.globalmediajournal.de/index.php/gmj/article/view/102> [Acesso em: 14 abr. 2025].

Shapiro, R. Y., & Page, B. I. (1988). 'Foreign policy and the rational public'. *Journal of Conflict Resolution*, 32(2), 211-247. [Online]. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0022002788032002001> [Acesso em: 17 out. 2025].

Tickner, A. B. (2015). 'Autonomy and Latin American International Relations Thinking'. In: DOMINGUEZ, J. I.; COVARRUBIAS, A. (Eds.). *Routledge Handbook of Latin America in the World*. London: Routledge.

Vigevani, T.; Cepaluni, G. (2011). *A política externa brasileira: a busca da autonomia, de Sarney a Lula*. São Paulo: UNESP.

Watt, D. C., (1986). 'Opinião pública'. In: SILVA, B. (Coord.). *Dicionário de Ciências Sociais*. Rio de Janeiro: FGV.

