

ESCOLA DE GUERRA NAVAL

CC CLAUDIO GUIMARÃES DE SOUSA

AS FORÇAS ARMADAS E A MÍDIA NOS CONFLITOS ARMADOS: uma
abordagem integrada.

Rio de Janeiro

2008

CC CLAUDIO GUIMARÃES DE SOUSA

AS FORÇAS ARMADAS E A MÍDIA NOS CONFLITOS ARMADOS: uma
abordagem integrada.

Monografia apresentada à Escola de Guerra
Naval, como requisito parcial para a conclusão do
Curso de Estado-Maior para Oficiais Superiores.

Orientador: CF Hélio Guilherme José Coelho

Rio de Janeiro
Escola de Guerra Naval
2008

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	3
2	ANTECEDENTES HISTÓRICOS	5
2.1	A Guerra do Vietnã.....	6
2.2	A Guerra do Golfo.....	7
2.3	A Guerra do Iraque.....	8
3	A INTERAÇÃO FORÇAS ARMADAS X MÍDIA	9
3.1	A mídia como instrumento de poder.....	10
3.2	Tipos de enquadramentos da mídia.....	11
3.3	A mídia embutida.....	12
3.4	O conflito com a mídia.....	13
4	AMENIZANDO O CONFLITO	14
5	CONCLUSÃO	17
	REFERÊNCIAS	19

1 INTRODUÇÃO

Era da Informação é uma expressão que define o atual momento histórico de desenvolvimento das comunicações, visto que o avanço na tecnologia, principalmente na área da informática, permite trazer o homem comum para dentro desse mundo. Esse cenário afeta diretamente os conflitos bélicos. Como os conflitos podem ser transmitidos ao vivo têm-se novas perspectivas sobre a pressão exercida pela opinião pública nas decisões políticas e conseqüentemente nas operações militares. A clareza, a confiabilidade e o gerenciamento das informações são requisitos imprescindíveis nos conflitos atuais (MATTOS, 2001).

Em uma sociedade democrática, é presumível que, o governo que conduz o destino de um Estado, represente os interesses dessa sociedade e que esta mantenha sistemas de controle sobre àquele, principalmente eleitorais, para garantir que não haja abusos de condução. Outra forma possível de controle é exercida pelo trabalho da mídia que, através da busca pela informação, traz perante a opinião pública fatos relevantes que, independentemente dos efeitos produzidos, são apresentados para a sociedade (ALDÉ, 2005).

Carl von Clausewitz (1780-1831) identificou que a guerra é constituída por uma trindade paradoxal: o povo, as Forças Armadas e o governo, sem apoio dos quais é impossível a condução eficaz da guerra. Podemos então afirmar que a condução eficaz das operações militares requer uma comunicação eficiente entre estes três elementos. Nas sociedades modernas, a mídia cumpre esse importante papel, ao servir como elo crítico de informações entre o povo, os militares e o governo (VENABLE, 2002).

No esforço de um conflito armado entre Estados, um dos elementos estratégicos que deve ser considerado é a comunicação social¹, tanto no sentido da contribuir para uma propaganda oficial, quanto na conquista e manutenção do apoio da opinião pública, tarefas nas quais a mídia tem participação fundamental. Como para qualquer ator político, interessa ao Estado em guerra e, conseqüentemente aos militares, fortalecer o consenso em torno de sua própria versão dos acontecimentos (ALDÉ, 2005).

Considerando o papel que os meios de comunicação desempenham nos dias atuais, a presença da mídia é um aspecto importante que deve ser considerado em todos os níveis de planejamento. Nesse caso, deverá ser considerada a preparação prévia dos militares, para que saibam como se portar diante dos representantes da imprensa. Se faz mister que seja

¹ Comunicação Social é o conjunto de atividades desenvolvidas com o intuito de influenciar a opinião pública, buscando garantir a correta percepção da instituição e a sua aceitação pela sociedade (BRASIL, 2006. p.1-1).

identificado e trabalhado corretamente os pontos fortes e fracos da estrutura militar e que haja um melhor aproveitamento dos recursos que a mídia dispõe para uma eficiente condução da operação militar (MIRACLE, 2004). Segundo Lovejoy (2003):

Aparentemente, os pontos mais fracos dos militares são a atitude negativa de seus elementos em relação à mídia; a aversão ao risco resultado da mentalidade perfeccionista e a significativa falta de uma doutrina de engajamento, planejamento, adestramento e recursos para lidar com a mídia. Seus pontos fortes incluem pessoal altamente qualificado, a existência da comunicação social, o interesse público e mais que nada o respeito da população (LOVEJOY, 2003, p.65).

O trabalho tem como propósito identificar os aspectos que interferem no relacionamento das forças armadas com a mídia em um ambiente influenciado por um conflito armado, analisando os fatos que possam aperfeiçoar essa relação e que possam permitir uma maior contribuição recíproca entre as duas instituições. Este estudo se justifica pelo papel relevante da mídia na condução dos assuntos importantes para a sociedade, incluindo-se aí os conflitos armados, além de ser uma ferramenta imprescindível para a disseminação da vontade política. Para tal, inicialmente, será descrita uma breve evolução histórica do relacionamento das forças singulares e a mídia em situações de conflitos, a partir da Guerra da Criméia (1854) até a atual Guerra do Iraque (a partir de 2003). Serão abordados os fatores que influenciam a interação entre as duas instituições, procurando identificar os aspectos que permitem à mídia desenvolver um grande poder de influência, o conceito de enquadramento da mídia, alguns fatos geradores de conflitos entre ambas e uma análise da situação da mídia embutida. Após, serão apresentadas possíveis medidas que possam contribuir para o aperfeiçoamento desse relacionamento. Ao final será exposta uma conclusão sobre os aspectos relevantes abordados.

2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

O primeiro registro da presença de jornalistas em um conflito armado ocorreu na Guerra da Criméia (1854), beneficiado pelo surgimento da máquina a vapor e do telégrafo a cabo em 1844, que permitiu maior rapidez na transmissão de dados às redações. A cobertura fotográfica documental e a ilustração motivaram o aumento da circulação dos periódicos locais na época (MATTOS, 2001).

Vale destacar que mesmo antes mesmo da invenção da imprensa² o historiador grego Tucídides (460 a.C. - 400 a.C.), em sua obra “História da Guerra do Peloponeso”, descreveu a guerra entre Esparta e Atenas, ocorrida entre 431 a.C. e 404 a.C., trabalhando com observações pessoais e depoimentos. Tucídides preocupou-se em manter a imparcialidade e relatar as causas do conflito de uma maneira concisa e direta, fazendo o papel de um composto de filósofo e repórter (TUCÍDIDES, 2008).

O esforço dos Estados envolvidos em um conflito armado no sentido de utilizar a mídia para mobilizar favoravelmente a opinião pública pôde ser identificado com maior clareza na II Guerra Mundial (1939-1945). Os comandos militares começaram a considerar importante manter a sociedade informada, autorizando a presença de jornalistas nas frentes de combate. O relacionamento entre os militares e os meios de comunicação foi caracterizado pela cooperação e o compromisso com a mesma causa. O desembarque de soldados na Normandia³ e a tomada das ilhas do Pacífico, por tropas norte-americanas, obedeceram a uma organização em que, pela primeira vez, o governo de um Estado empenhou-se em enviar fotógrafos e jornalistas a fim de garantir o impacto das imagens (ALDÉ, 2005).

A fim de permitir uma análise da evolução histórica do relacionamento das forças singulares e a mídia, serão analisados três importantes conflitos que trouxeram ensinamentos consideráveis nessa abordagem.

² A tipografia clássica baseia-se em pequenas peças de madeira ou metal com relevos de letras e símbolos — os tipos móveis. Tipos rudimentares foram inventados inicialmente pelos chineses por volta do século IX. Mas, no século XV, foram redescobertos, por Johann Gutenberg, com a invenção da prensa tipográfica. A diferença entre os tipos chineses e os de Gutenberg é que os primeiros não eram reutilizáveis. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Tipografia>>. Acesso em: 11 ago. 2008.

³ Menos de trinta (30) repórteres acompanharam a invasão da Normandia, na França, no dia 06 de junho de 1944 (VENABLE, 2002).

2.1 A Guerra do Vietnã⁴

A Guerra do Vietnã foi um evento decisivo na história do relacionamento entre os militares e a mídia, estabelecendo as condições necessárias para um debate posterior. Foi a primeira guerra da história moderna a ser travada sem qualquer tipo de censura. Ao contrário das guerras anteriores, o campo de batalha foi acessível aos correspondentes de guerra. Porém, uma das conseqüências desse tipo de cobertura foi a acusação, pelos militares, de que a mídia foi a causa da derrota norte-americana (VENABLE, 2002).

Nos primeiros dias da Guerra do Vietnã, teve grande eficiência a propaganda oficial de descrever uma possível agressão norte-vietnamita, despertando a percepção pública para a ameaça que o inimigo representava. A imprensa seguiu este modelo de percepção disseminando a ideologia oficial, dando sentido à guerra e seus efeitos negativos (WAINBERG, 1996).

Do campo de batalha, os correspondentes das emissoras americanas de TV evitavam discutir política. De acordo com Daniel Hallin (1986, *apud* WAINBERG, 1996), “os propósitos políticos foram considerados incontestáveis para serem debatidos e a atenção do público foi orientada para o esforço de vencer a guerra”.

Após a Ofensiva do Tet (1968), mesmo com a contenção da ofensiva e do grande número de baixas norte-vietnamitas, a imprensa norte-americana apresentou ao público uma visão diferente. A população viu-se bombardeada com cenas que mostravam, além das histórias de vítimas civis causadas por ação norte-americana, a frustração de ver os Estados Unidos da América, considerados uma superpotência, lutar com pequenas unidades e a já conhecida corrupção no regime do Vietnã do Sul. O poder das imagens gerou desconfiança em relação ao governo e aos militares, contagiando a opinião pública. Em 1971, 72% dos cidadãos norte-americanos escolheram a retirada do Vietnã (WAINBERG, 1996).

A imprensa difundiu este novo clima, apresentando dúvidas sobre as bases utilizadas para justificar a intervenção norte-americana. Tal fato permitiu a imprensa, em muitas circunstâncias, tornar-se um investigador independente, supervisionando e denunciando o abuso do poder (WAINBERG, 1996).

⁴ A Guerra do Vietnã foi um conflito armado ocorrido no sudeste asiático entre 1959 e 1975. Em 1965, os Estados Unidos enviaram tropas para impedir o governo do Vietnã do Sul de entrar em colapso e evitar a unificação com o Vietnã do Norte sob o regime comunista. Entretanto, os norte-americanos não obtiveram êxito, sendo obrigados a retirar-se do país em 1973. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Guerra_do_Vietn%C3%A3>. Acesso em: 11 ago. 2008.

Durante o conflito, a relação da imprensa com os militares foi traumática, a ponto do General William Westmoreland (1914-2005) - Comandante das tropas norte-americanas - declarar que seu pior inimigo era a imprensa em vez dos *vietcongs*⁵ ou do Exército do Vietnã do Norte (MATTOS, 2001).

A Guerra do Vietnã significou a primeira grande modificação na difusão das imagens de guerra. A presença maciça da televisão com equipes técnicas de várias agências tornou possível driblar a censura oficial e limitar uma possível encenação de imagens com fins ideológicos (LINO, 2005).

Outro enfoque sobre a Guerra do Vietnã, apresentado por Daniel Hallin (1986, *apud* WAINBERG, 1996), considera que não foi a cobertura crítica feita pela imprensa que mobilizou a opinião pública, mas sim ocorreu o inverso. Sua alegação baseia-se na cronologia dos jornais. A imprensa efetivamente abriu-se para versões divergentes e críticas em relação à guerra, no momento em que a guerra começou a ser questionada no interior do próprio poder, preocupado com os efeitos negativos junto ao eleitorado do morticínio de jovens norte-americanos (ALDÉ, 2005).

2.2 A Guerra do Golfo⁶

A Guerra do Golfo estabeleceu um precedente de como as guerras seriam travadas e noticiadas a partir daquele momento. Os telespectadores em todo mundo puderam assistir de forma instantânea uma demonstração de precisão e letalidade proporcionada pela tecnologia dos armamentos e plataformas lançadoras. Ressalta-se o fato da busca pela captação, registro e divulgação dos ataques cirúrgicos realizados, procurando reduzir assim possíveis considerações sobre os efeitos negativos da guerra, que a semelhança da Guerra do Vietnã estava embasada em justificativas frágeis que poderiam comprometer o seu desenvolvimento. O período de duração da guerra foi curto, evitando-se assim o desgaste e a crise provocada por batalhas prolongadas (VENABLE, 2002).

⁵ *Vietcong* é um termo utilizado para designar os guerrilheiros sul-vietnamitas da Frente Nacional para a Libertação do Vietnã que combatiam a coligação de forças incluindo os Estados Unidos da América, o Vietnã do Sul, a Austrália e a Coreia do Sul. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Vietcongue>>. Acesso em: 11 ago. 2008.

⁶ A Guerra do Golfo foi um conflito militar iniciado em 1990 no Golfo Pérsico, com a invasão do Kuwait por tropas do Iraque. Esta guerra envolveu uma coalização de forças de países ocidentais liderados pelos Estados Unidos da América e Grã Bretanha e países do Oriente Médio, como a Arábia Saudita e o Egito, contra o Iraque. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Guerra_do_Golfo>. Acesso em: 11 ago. 2008.

Em função das experiências anteriores, as forças armadas conseguiram estabelecer um planejamento para tratar do relacionamento com a mídia. Pouco jornalismo investigativo foi feito por parte dos correspondentes. Foram empregadas fontes oficiais e o controle do movimento dos repórteres. O engajamento da cobertura foi dirigido para mostrar, como na Segunda Guerra Mundial, o soldado em ação. Realizavam-se conferências com a imprensa rotineiramente e difundiam-se as informações de interesse para o público. Além do aspecto restritivo imposto pelos militares ao trabalho da imprensa, as autoridades sauditas foram relutantes em permitir que jornalistas entrassem no país e fizessem reportagens que pudesse ofender alguma sensibilidade cultural (MIRACLE, 2004).

Vale salientar que durante a Guerra das Malvinas (1982), conflito anterior à Guerra do Golfo, ocorreu uma das primeiras tentativas de harmonizar a relação entre os militares e a mídia, sendo autorizado que os jornalistas acompanhassem as tropas, embora também houvesse restrição na difusão das informações. Essa restrição foi facilitada pelo monopólio britânico sobre o controle de acesso ao Teatro de Operações (MATTOS, 2001).

2.3 Guerra do Iraque⁷

Na Guerra do Iraque, aproximadamente 500 jornalistas, fotógrafos e equipes de repórteres acompanharam unidades militares norte-americanas e britânicas. Durante o período de planejamento para a guerra, a Vice-Secretária de Defesa para Comunicações Sociais, Vitória Clarke, disse que os repórteres teriam mais acesso do que durante a Guerra do Golfo. Afirmou ainda que, era interesse que o povo visse através da mídia, as mentiras e as táticas falazes que Saddam Hussein empregava (MIRACLE, 2004).

Antes da Operação *Iraqi Freedom*, o então Secretário de Defesa Donald Rumsfeld (2003, *apud* MIRACLE, 2004) emitiu uma diretiva ministerial⁸ que formalizava a importância dada ao relacionamento com a mídia embutida:

Devemos organizar e facilitar o acesso da mídia nacional e internacional às nossas forças, inclusive aquelas engajadas em operações terrestres. Nosso objetivo é fazer certo desde o início, e não dias ou meses após o começo da operação. Iremos utilizar

⁷ A guerra do Iraque teve início em 20 de março de 2003, quando os Estados Unidos da América, com o apoio do Reino Unido, e outros países, invadiram o país, sem autorização do Conselho de Segurança da ONU. Em abril de 2003, as forças da coalizão chegaram a Bagdá. A justificativa dada foi a suposta existência de armas de destruição em massa, que não foram encontradas. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Guerra_do_Iraque>. Acesso em: 11 ago. 2008.

⁸ Diretiva nº 101900Z fev. 2003 (MIRACLE, 2004. p.35).

sistemas de comunicações e equipes de comunicação social conjuntas e bem treinadas, para a mídia internacional ver, de primeira mão, as operações da coalizão. (RUMSFELD, 2003, p.1)

A cobertura norte-americana no início da Guerra do Iraque apresentou formatos variados. Os jornais impressos apresentaram reportagens mais equilibradas, procurando reproduzir a falta de consenso em torno do conflito a nível mundial, deixando um pouco de lado o patriotismo, enquanto as grandes emissoras de televisão procuraram aderir ao esforço de guerra, com declarações que visavam reforçar a idéia de consenso e união em torno da guerra (ALDÉ, 2005).

Alguns episódios de manipulação da mídia pelo governo norte-americano puderam ser identificados na guerra. O resgate do soldado Jessica Lynch em que se produziu uma operação delicada e arriscada para seu salvamento e que foi desmentida pela TV estatal inglesa BBC. Outra grande produção, bancada pelo governo, foi a derrubada da estátua de Saddam Hussein, onde poucos manifestantes, organizados pelas forças militares, eram focalizados pelas câmaras, em enquadramentos fechados (ALDÉ, 2005).

Com a Guerra do Iraque verificou-se outra grande transformação: a imagem revelada da guerra não é mais a oficial nem a das agências internacionais de notícias, mas sim uma imagem individualista da guerra, menos nacionalista ou ideológica, a imagem do cidadão comum que necessita de justificativas para estar ali fazendo o que faz (LINO, 2005).

3 A INTERAÇÃO FORÇAS ARMADAS X MÍDIA

Normalmente os militares e a mídia interagem de forma pouco consistente em épocas de conflitos, existindo muito poucos militares capacitados a lidar com jornalistas e muito poucos jornalistas realmente especializados em assuntos militares ou em segurança nacional.

Desde a II Guerra Mundial até os dias atuais, vários fatores têm influenciado o relacionamento entre os militares e a mídia. Entre esses fatores destacam-se: a elevada diversidade de operações militares, o aumento do ritmo das operações das forças armadas, um maior número de meios de informações e de elementos da mídia dando cobertura às operações militares, os avanços na tecnologia jornalística e uma maior competição entre os meios de comunicação (VENABLE, 2002).

3.1 A mídia como instrumento de poder

A fim de permitir a análise dos fatores que determinam o relacionamento da mídia com as forças singulares, examinar-se-á inicialmente o poder de influência da mídia sobre a sociedade.

Com o desenvolvimento dos meios de comunicações de massa, principalmente a televisão, a quantidade de informações que chega ao cidadão é tão grande que pode saturar a sua capacidade de absorção e processamento, dificultando distinguir o importante do irrelevante. Esse processo influi fortemente sobre a ação e o pensamento das pessoas, não permitindo uma análise mais apurada da informação, podendo fazer com que as pessoas emitam juízo de valores sem a adequada fundamentação ou até mesmo sejam conduzidas em seus conceitos através da manipulação da informação (MATTOS, 2001). Segundo J. Vaz (1994, *apud* ABREU, 2002):

Temos cada vez mais informações e menos conhecimento. Isso parece natural numa cultura de massa alimentada pelos meios de comunicações, com uma rapidez enorme de informação que muitas vezes transmite o fato ao vivo. Ela vai acentuar mais o que se vê, o que se ouve, o que parece, sem maiores preocupações com o substrato da notícia. Esta limitação se torna perigosa quando, somente à base de informações soltas, emitimos juízos de valor sobre os fatos, pessoas, situações sociais, crenças e doutrinas. (VAZ, 1994, p. 9)

Nos tempos atuais, os meios de comunicação social atuam com extrema intensidade no poder psicossocial⁹, moldando-o e gerando conseqüências importantes nos demais poderes, sendo capazes de fazer com que pessoas e por extensão as organizações e países procedam como se deseja. O poder político é extremamente sensível à mídia. Os governantes tenderão a priorizar os temas colocados em evidência pela mídia, o que poderá afetar a condução política de um conflito, com reflexos no poder nacional. Como parte do poder nacional, o poder militar tenderá a ser afetado pela realidade apresentada pela mídia, podendo influir até mesmo na vontade de lutar das tropas ou mesmo conduzindo o caminho das decisões de comando. O poder político poderá, então, impor limitações e decisões ao poder militar (ABREU, 2002).

⁹ Componente do poder nacional que se exprime pelos fatores psicológicos e sociais. Abrange pessoas, idéias, utopias, instituições, normas, estruturas, grupos, comunidades, recursos e organizações que podem satisfazer a necessidades, interesses e aspirações da sociedade (BRASIL, 2007, p.200).

3.2 Tipos de enquadramentos da mídia¹⁰

Uma informação pode ser apresentada ao público sobre vários ângulos distintos, não sendo para isso necessário distorções no seu conteúdo. Segundo Erwin Goffman (1974), o conceito descrito está relacionado à pluralidade de enquadramentos na oferta de informação para a sociedade, influenciando na formação da opinião pública.

Observando a cobertura jornalística do conflito do Iraque, foi possível identificar quatro enquadramentos principais:

a) O enquadramento militar ou belicista - centrado nas táticas e estratégias de guerra, nos arsenais e equipamentos. Procura enfatizar as informações sobre armamentos, trajetórias, mapas, manobras, movimentos, comparação de forças. É uma perspectiva atraente para os meios de comunicação de massa, dada a carga dramática dos conflitos;

b) O enquadramento econômico - aponta para as eventuais motivações econômicas da guerra, e para as possíveis conseqüências da derrota e ocupação do país inimigo. No caso do Iraque, este enquadramento permitiu uma perspectiva crítica, a partir do momento em que boa parte da cobertura apontou a motivação econômica para a guerra – o interesse americano nas reservas petrolíferas do Iraque;

c) O enquadramento humanista - concentra-se nos efeitos da guerra sobre as populações envolvidas, nas perdas humanas e na destruição civil. Esse enquadramento também se torna uma perspectiva atraente para a mídia, devido seu apelo emocional;

d) O enquadramento político – são os possíveis significados públicos da guerra, o processo de tomada de decisões e exercício do poder, com suas relações de alianças e repúdios, e seus efeitos para a ordem internacional (ALDÉ, 2005).

A limitação de enquadramentos numa guerra, tal como a adoção da versão oficial, reduz a possibilidade dos cidadãos elaborarem suas opiniões a partir da comparação entre diferentes aspectos e perspectivas sobre o conflito.

¹⁰ Erwin Goffman (1974) define enquadramentos da mídia como padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais se organizam um discurso (ALDÉ, 2005).

3.3 A mídia embutida¹¹

Alguns líderes militares acreditam que negar o acesso da mídia às atividades militares no campo de batalha é um erro. Quando não se tem informação o resultado pode ser a especulação, desinformação¹² e inexatidão das matérias publicadas (MIRACLE, 2004).

Em muitas situações são impostas algumas restrições aos jornalistas sobre o que podem relatar baseadas em considerações operacionais e proteção da força combatente. Além disso, os jornalistas podem ser impedidos de transmitir as informações, pois poderiam revelar a localização das tropas (MIRACLE, 2004).

A situação de convívio dos jornalistas com a tropa pode levar a opinião pública a considerá-los influenciados pelos militares e serem incapazes de apresentar uma visão imparcial da situação. Muitas agências de notícias consideram que a mídia embutida é um meio dos militares controlarem as informações que saem do campo de batalha. Este controle seria realizado não só pelo nível de censura estabelecido pelo Comandante, como também pelo relacionamento interpessoal, fundamentado na convivência diária e nas dificuldades inerentes a uma situação de conflito (MIRACLE, 2004).

Outro ponto importante que deve ser levado em consideração na decisão de embutir a mídia está na capacidade de proteção que se pode dar aos jornalistas. Além do entusiasmo pela busca da informação a qualquer preço, o que pode levar à desobediência das regras impostas, outro fator deve ser levado em consideração no planejamento da proteção da mídia embutida: o jornalista pode ser uma fonte de informação valiosa caso seja capturado (MIRACLE, 2004).

De acordo com a Convenção de Genebra¹³ de 1949, os jornalistas credenciados que acompanham uma força militar são considerados parte dessa força e devem ser tratados como prisioneiros de guerra, não podendo nesse caso receber maus tratos ou mesmo ser torturados.

¹¹ Presença de elementos da imprensa nas unidades militares, garantindo que a mesma tenha todas as oportunidades para observar as operações de combate ao vivo (MIRACLE, 2004).

¹² Informação propositadamente desvirtuada, deformada ou falseada para induzir o adversário em erro de apreciação (In: FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa*. Curitiba: Editora Positivo, 2004).

¹³ As Convenções de Genebra são uma série de tratados formulados em Genebra, na Suíça, definindo normas para as leis internacionais relativas ao Direito Internacional Humanitário. A quarta Convenção foi escrita em 1949 que tratou da proteção dos civis em período de guerra. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Conven%C3%A7%C3%B5es_de_Genebra>. Acesso em: 11 ago. 2008.

A possibilidade de acompanhar as tropas na frente de batalha representa para a mídia um paradoxo, pois ao mesmo tempo em que é uma oportunidade imperdível de obter notícias e informações, representa uma redução das fontes a uma só - a oficial.

3.4 O conflito com a mídia

Tradicionalmente os propósitos que envolvem o exercício da profissão de militares e profissionais da mídia geralmente apresentam conflitos de interesses, relacionados com o sigilo das informações transmitidas e com as possíveis repercussões dessas informações junto à opinião pública (EVANS, 2001). Embora o compromisso da mídia seja com a sociedade e não com o governo (e em consequência as forças armadas), a visibilidade da mídia e sua influência junto à opinião pública tornam esse relacionamento especialmente delicado em períodos de crise (LINO, 2005).

Observando esse contexto, a imprensa vê-se como vítima do sistema governamental, pois além de estar sob censura e é considerada pelos militares uma parceira oportunista, pois, através da manipulação da informação, procura obter a maior audiência possível, independente das consequências para o esforço de guerra empregado. Entenda-se, nesse caso, como manipulação da informação uma simples alteração no enquadramento apresentado ou até mesmo uma desinformação (MIRACLE, 2004).

O papel desempenhado na construção de uma sociedade democrática, não permite à imprensa um posicionamento incondicional a favor da política adotada pelo governo. Porém, considerando a importância do sigilo nas informações durante uma operação militar, é necessário que se estabeleça um gerenciamento dos dados disponíveis para divulgação, de modo a preservar aqueles considerados de caráter sigilosos que possam comprometer a segurança da missão. A mídia embutida foi um recurso que permitiu um controle mais eficiente das informações passadas diretamente da cena de ação, através de um nível de censura estabelecido pelo Comandante (BRASIL, 2006).

A aceitação da versão oficial da guerra vai depender em grande parte do grau de consenso nacional e internacional em torno da legitimidade da guerra. O caráter polêmico que acompanhou a invasão do Iraque pelas forças norte-americanas e britânicas, em 2003, refletiu-se na cobertura dada ao conflito, o qual já começou sob cisão internacional (ALDÉ, 2005).

4 AMENIZANDO O CONFLITO

As forças armadas apresentam um grande potencial para tornarem-se notícia, principalmente em situações de crise, e devem estar preparadas para tal. A mídia é o elo virtual de ligação da imagem da instituição com a opinião pública. Em conseqüência, existe a necessidade de manter-se uma estrutura própria de comunicação social devidamente preparada, já desde o tempo de paz, não só para a divulgação da instituição, como também para a criação de um elemento organizacional que permita desenvolver, com o passar do tempo, uma rede informal de jornalistas partidários das atividades da organização, o que é fundamental em uma situação de crise. As atividades desse elemento organizacional devem ser desenvolvidas por militares devidamente qualificados, e devem incluir discussões em grupos com repórteres experientes, entrevistas simuladas, conferências com a mídia e outros eventos afins (LOVEJOY, 2003).

Em 1984 os Estados Unidos da América tentaram responder a pergunta “Como devemos conduzir operações militares de maneira a salvar vidas da tropa e ao mesmo tempo manter o povo norte-americano informado pela mídia?”. Para tal, foi instituído, pelo então Chefe do Estado-Maior Conjunto W. Vessey Jr., o Painel Sidle que desenvolveu o pensamento que serve de alicerce, até hoje, de como a mídia deve relatar as operações militares. O Painel apresentou oito recomendações e uma declaração de princípios que governariam o relacionamento das duas instituições. Dentre os pontos mais importantes dois se destacam: a opinião pública norte-americana deveria ser mantida informada sobre as operações militares e essas informações deveriam ser providas por ambos – forças armadas e mídia – considerando ser essencial não só a cobertura jornalística como também a segurança da tropa e a criação do Grupo da Mídia Nacional do Departamento de Defesa (GMN), um grupo permanente de correspondentes, com o comprometimento de cumprir as regras propostas de antemão ao invés de submeter os artigos à censura (VENABLE, 2002).

Em 1990, o jornalista Fred Hoffman, por solicitação do Subsecretário de Defesa dos Estados Unidos da América, apresentou um relatório no qual constavam 17 recomendações que validavam o sistema do GMN e algumas sugestões para melhorá-lo. Para enfatizar a importância do planejamento e apoio à cobertura das operações militares pela mídia, o General Colin Powell (1990, *apud* VENABLE, 2002), à época Chefe do Estado-Maior Conjunto afirmou:

Cobertura pela mídia e requisitos de apoio para os grupos de mídia devem ser planejados simultaneamente com os planos operacionais, devendo abordar todos os aspectos operacionais, inclusive combate direto, atividades médicas, prisioneiros de guerra, refugiados, reparo de equipamentos, reabastecimento e ações cívicas. O comando deve ter atenção aos grupos anexos de comunicação social quando da formulação e da revisão de todos os planos. (POWELL, 1990, p.1)

Autoridades militares de alto nível devem estar prontas para a tomada de decisões complexas neste ambiente e devem ser preparadas para uma exposição à mídia, sendo importante a adoção de certos procedimentos, tais como: coletar dados suficientes que assegurem um diagnóstico correto do problema; assegurar que valores e interesses afetados pela decisão estão sendo levados em consideração; identificar e analisar a maior quantidade possível de opções; e considerar as conseqüências de cada linha de ação (ABREU, 2002).

Nos Estados Unidos da América, o Joint Warfight Center é um centro de treinamento específico para oficiais-generais, Estados-Maiores e outros componentes que se exercitam no gerenciamento de crises, nas quais o processo decisório é conduzido sob influência dos meios de comunicação em massa motivada por uma mídia de notícias agressivas, onipresente e uma audiência de amplitude mundial. O objetivo do programa é proporcionar as seguintes capacitações aos militares envolvidos (ABREU, 2002):

- a) compreender o impacto da mídia nas operações;
- b) gerenciar o processo de informação dentro da própria força;
- c) padronizar os procedimentos dos oficiais dos estados-maiores;
- d) dar entrevistas coletivas previstas e imprevistas;
- e) contrapor-se à desinformação inimiga;
- f) trabalhar com a mídia tratando-a como aliada e não como adversária.

Assim, é necessário que durante o planejamento das manobras de adestramentos sejam programados exercícios que envolvam atividades relacionadas à mídia e que sejam previstas possíveis interferências nas atividades operacionais, podendo ocorrer a participação de pessoas relacionadas com a mídia, integrando-os no quadro geral da manobra (MATTOS, 2001).

Outro ponto importante a ser verificado na estrutura das forças singulares é o adequado tratamento dado às informações vitais disponíveis nos níveis mais baixos do comando da própria força, de maneira que possam chegar à cúpula sem demora, seja para prover realimentação quanto a uma decisão tomada, seja para permitir que decisões oportunas sejam implementadas quando do surgimento de um problema (ABREU, 2002).

A existência de repórteres, jornalistas e fotógrafos realizando de forma isolada a cobertura de um conflito armado ou a presença de equipes embutidas da mídia exigem, por parte dos militares, uma preparação específica destas pessoas, de modo a preveni-las para os rigores do combate, inclusive com a probabilidade de serem expostas a armas químicas e biológicas. Outro ponto a ser destacado é que um programa de treinamento prévio com a mídia também permitiria aos militares estabelecer um melhor relacionamento com jornalistas embutidos, tornando possível assim que se crie um maior conhecimento das atividades desenvolvidas por ambas as partes. As equipes jornalísticas que participam desse treinamento poderiam testar novos equipamentos de comunicações e verificar possíveis interferências com as atividades militares no decorrer da cobertura (MIRACLE, 2004).

Fruto da experiência adquirida na análise dos diversos conflitos internacionais, Mattos (2001) estabeleceu algumas regras de forma a manter um relacionamento o mais harmonioso possível entre as forças armadas e a mídia:

a) criar critérios de acesso à informação – devem ser evitados extremismos que permitam a disponibilidade irrestrita ou a exclusão absoluta à informação;

b) estabelecer colaboração e confiança mútua – a mídia, em prol da segurança das forças em ação, deve acatar determinadas restrições a ela imposta. Os militares devem ter consciência de que a sociedade necessita de informações precisas sobre o andamento das ações de suas tropas e que a mídia assume papel valioso no convencimento da opinião pública;

c) facilitar as condições de trabalho dos jornalistas – conflitos recentes têm demonstrado a dificuldade de realizar o apoio de instalações para o trabalho e acomodações necessárias aos jornalistas, devido ao grande número destes que solicitam acesso ao campo de batalha;

d) centralizar as informações oficiais – através da designação de um grupo responsável pela comunicação social nas operações militares e o estabelecimento de normas para o setor.

Considerando as regras apresentadas, verifica-se ser fundamental a inclusão de um Plano de Comunicação Social no planejamento dos comandos do nível operacional. Esse plano deve refletir-se nos conseqüentes planos e ordens dos comandos subordinados. A centralização e a detalhada coordenação na execução das tarefas de comunicação social serão fundamentais para evitar que se divulguem informações indesejadas e sem a devida autorização (MATTOS, 2001).

Com o acompanhamento irrestrito dos procedimentos realizados nas operações militares pela mídia, o cumprimento das regras estabelecidas no Direito Internacional dos Conflitos Armados (DICA)¹⁴ se torna fator primordial para que se tenha o devido apoio da opinião pública. Para tanto se torna incondicional que se adote procedimentos que tenham por objetivo uma redução dos danos colaterais produzidos, tais como: a preservação do meio ambiente, das instalações civis e da população de não-combatentes e a redução do número de baixas dos combatentes e do tempo de duração dos conflitos (MATOS, 2001).

5 CONCLUSÃO

Em um ambiente de conflito armado, onde as pessoas tornam-se extremamente sensíveis ao cenário produzido pela oposição de forças militares, quando são exigidos grandes sacrifícios da população, a contribuição dos meios de comunicação é de grande importância para a obtenção do devido apoio da opinião pública.

Considerando a necessidade da opinião pública estar verdadeiramente consciente dos fatores motivadores que levaram seu Estado a entrar em beligerância e que ela concorda com tais fatores, torna-se necessário que as forças armadas planejem cuidadosamente, através de pessoal devidamente qualificado, o emprego das capacidades disponíveis pela mídia para que haja a devida legitimidade perante a opinião pública.

Em uma situação de conflito, uma solução simples para resolver esse conflito do relacionamento, seria impedir que a imprensa tivesse oportunidade de gerar informações, negando-lhe o acesso às forças em operações. Porém, em função dos diversos aspectos aqui levantados, é necessário manter a opinião pública informada do andamento das ações militares, sendo preferível que as forças singulares sejam as principais fontes de informações, ainda que a mídia não se satisfaça com os dados oficiais.

A evolução histórica do padrão de cobertura utilizado pelos meios de comunicação nos conflitos armados nos permite identificar algumas mudanças de comportamento das forças singulares. Desde a II Guerra Mundial até a atual Guerra do Iraque, os militares têm procurado conhecer as reais necessidades da mídia durante a cobertura de um

¹⁴ Também denominado Direito Internacional Humanitário, o DICA é um ramo do Direito Internacional Público constituído por todas as normas convencionais ou de origem consuetudinária, especificamente destinadas a regulamentar os problemas que surgem em períodos de conflitos armados. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Direito_internacional_humanit%C3%A1rio>. Acesso em: 11 ago. 2008.

conflito armado e conciliar estas necessidades com as diversas exigências impostas pelos níveis político, estratégico, operacional, e mesmo tático. Observando o modelo democrático, é necessário preservar o direito de informar, mas também é imperioso impedir que a imprensa cruze a linha delimitadora em que o sucesso da missão e vidas humanas poderão ser colocados em risco. A cooperação e o apoio mútuo deverão ser premissas que orientem as relações entre a mídia e as forças armadas, de tal maneira que as tarefas de informar e conduzir as operações militares sejam cumpridas convenientemente.

Apesar da diferença de enfoque entre militares e jornalistas em um conflito armado é necessário minimizar as fricções entre as duas instituições no cumprimento das respectivas tarefas e harmonizar a consecução dos objetivos militares com a necessidade da mídia obter o material necessário para manter a sociedade informada.

As forças armadas necessitam desenvolver programas de qualificação para os militares que irão trabalhar diretamente com a mídia. Esses programas devem ser implementados desde o tempo de paz, de modo a permitir uma rede de relacionamentos que deverá ser explorada em uma situação de conflito armado.

Os militares devem ir ao encontro das necessidades da mídia, abastecendo os repórteres com a maior quantidade possível de informações, a fim de reduzir a exposição daquilo que por vezes é realmente sensível. Os defensores radicais da liberdade de acesso da imprensa são contrários a esse procedimento que definem como uma censura por acesso. Considerando a situação de conflito armado, a mídia embutida pode ser vista como uma ferramenta importante, que garante o atendimento de grande parte dos interesses dos envolvidos. As forças armadas devem adequar-se ao convívio permanente com os órgãos da mídia.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Guilherme Matos de. A mídia e o Continente Americano. *Revista Marítima Brasileira*. Rio de Janeiro, v. 122, p. 127-162, jul./set. 2002. Trimestral.
- ALDÉ, Alessandra. A Mídia e a Guerra do Iraque. *Revista Marítima Brasileira*. Rio de Janeiro, v. 125, p. 57-68, jan./mar. 2005. Trimestral.
- ALEXANDRE, Marcos. O papel da mídia na difusão das representações sociais. *Revista Comum*. Faculdade Integrada Hélio Alonso, Rio de Janeiro, n.17, p.111-125, jul./dez. 2001. Semestral. Disponível em: <<http://www.facha.edu.br/publicacoes/comum/comum17/pdf/opapel.pdf>>. Acesso em: 17 jul. 2008.
- BRASIL. Estado-Maior da Armada. *EMA-860: Manual de Comunicação Social da Marinha*. Brasília, 2006.
- _____. Ministério da Defesa. *MD35-G-01*. Glossário das Forças Armadas. Brasília, 2007.
- CAPARELLI, Sérgio. *Comunicação de massa sem massa*. 5. ed. Porto Alegre: Sannus Editorial, 1982.
- EVANS, Harold. *Reporting in the time of conflict*. Washington, 2001. Disponível em: <<http://www.newseum.org/warstories/essay/propaganda.htm>>. Acesso em: 18 jul. 2008.
- FRANÇA, Junia Lessa; VASCONCELOS, Ana Cristina de. *Manual para Normalização de Publicações Técnico-Científicas*. 8. ed. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2007.
- HALLIN, Daniel C. *The uncensored war - The media and Vietnam*. New York, Oxford Press University, 1986, *apud* WAINBERG, Jacques A. Nação em guerra, repórteres em luta. *Revista Fameco*. Porto Alegre, n.5, p. 57-62, Nov. 1996. Semestral.
- MIRACLE, Tammy L. O Exército e a Mídia Embutida. *Military Review*. Fort Leavenworth, n. 89, p. 30-35, jul./set. 2004. Trimestral. Disponível em: <<http://usacac.army.mil/CAC/milreview/portuguese/3rdQtr04/miracle.pdf>>. Acesso em: 17 jul. 2008.
- LINO, Sônia Cristina. *Da guerra de imagem às imagens de guerra*. XXIII Simpósio Nacional de História. Universidade Estadual de Londrina, 2005. Disponível em: <<http://www.anpuh.uepg.br/xxiii-simposio/anais/textos/SONIA%20CRISTINA%20DA%20FONSECA%20MACHADO%20LINO.pdf>>. Acesso em: 17 jul. 2008.
- LOVEJOY, James Kevin. Aperfeiçoando as Relações com a Mídia. *Military Review*. Fort Leavenworth, n. 84, p. 63-71, jan./mar. 2003. Trimestral.
- MATTOS, Carlos de Meira *et al.* *A Mídia e as Operações Militares*. Rio de Janeiro, 2001. Disponível em: <http://www.eceme.ensino.eb.br/portallee/index.php?option=com_content&task=view&id=43&Itemid=47>. Acesso em: 18 jul. 2008.

MAXIMILIANO, Adriana. Guerra do Golfo. *Grandes Guerras*. São Paulo: Editora Abril, 2006.

POWELL, Colin N. *Requisitos de Planejamento para os Grupos de Mídia Nacional do Departamento de Defesa*. Washington, p.1, 18 mai. 1990, *apud* VENABLE, Barry E. O Exército e a mídia. *Military Review*. Fort Leavenworth, n. 82, p. 68-73, jul./set. 2002. Trimestral.

SHAH, Anup. *Building the Case for a New War*. 30 Mar. 2003. Disponível em: <<http://www.globalissues.org/Geopolitics/MiddleEast/Iraq/BuildingTheCase.asp>>. Acesso em: 18 jul. 2008.

TUCÍDIDES. Historiadores da Grécia Antiga. *WIKIPÉDIA*. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Tuc%C3%ADdides>>. Acesso em: 18 jul. 2008.

VAZ, J. A ignorância atrevida. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, p. 9, 3 out. 1994, *apud*. ABREU, Guilherme Matos de. A mídia e o Continente Americano. *Revista Marítima Brasileira*. Rio de Janeiro, v. 122, p. 127-162, jul./set. 2002. Trimestral.

VENABLE, Barry E. O Exército e a mídia. *Military Review*. Fort Leavenworth, n. 82, p. 68-73, jul./set. 2002. Trimestral.

WAINBERG, Jacques A. Nação em guerra, repórteres em luta. *Revista Fameco*. Porto Alegre, n.5, p. 57-62, Nov. 1996. Semestral. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/5/wainberg.pdf>>. Acesso em: 17 jul. 2008.