

ESCOLA DE GUERRA NAVAL

CC (IM) HARRISON EMMEL DA SILVA

**A INFLUÊNCIA DA COMUNICAÇÃO SOCIAL NA FORMAÇÃO DA
OPINIÃO PÚBLICA E DECISÕES POLÍTICAS DURANTE CONFLITOS
ARMADOS:
Um Estudo Comparativo entre a Guerra do Vietnã e a Invasão do
Iraque em 2003.**

Rio de Janeiro

2024

CC (IM) HARRISON EMMEL DA SILVA

**A INFLUÊNCIA DA COMUNICAÇÃO SOCIAL NA FORMAÇÃO DA
OPINIÃO PÚBLICA E DECISÕES POLÍTICAS DURANTE CONFLITOS**

ARMADOS:

**Um Estudo Comparativo entre a Guerra do Vietnã e a Invasão do
Iraque em 2003.**

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

Orientador: CF (IM) LEANDRO

Rio de Janeiro
Escola de Guerra Naval
2024

DECLARAÇÃO DA NÃO EXISTÊNCIA DE APROPRIAÇÃO INTELECTUAL IRREGULAR

Declaro que este trabalho acadêmico: a) corresponde ao resultado de investigação por mim desenvolvida, enquanto discente da Escola de Guerra Naval (EGN); b) é um trabalho original, ou seja, que não foi por mim anteriormente utilizado para fins acadêmicos ou quaisquer outros; c) é inédito, isto é, não foi ainda objeto de publicação; e d) é de minha integral e exclusiva autoria.

Declaro também que tenho ciência de que a utilização de ideias ou palavras de autoria de outrem, sem a devida identificação da fonte, e o uso de recursos de inteligência artificial no processo de escrita constituem grave falta ética, moral, legal e disciplinar. Ademais, assumo o compromisso de que este trabalho possa, a qualquer tempo, ser analisado para verificação de sua originalidade e ineditismo, por meio de ferramentas de detecção de similaridades ou por profissionais qualificados.

Os direitos morais e patrimoniais deste trabalho acadêmico, nos termos da Lei 9.610/1998, pertencem ao seu Autor, sendo vedado o uso comercial sem prévia autorização. É permitida a transcrição parcial de textos do trabalho, ou mencioná-los, para comentários e citações, desde que seja feita a referência bibliográfica completa.

Os conceitos e ideias expressas neste trabalho acadêmico são de responsabilidade do Autor e não retratam qualquer orientação institucional da EGN ou da Marinha do Brasil.

AGRADECIMENTOS

Sou profundamente grato à Escola de Guerra Naval, incluindo sua direção, corpo docente e equipe administrativa, por proporcionar os conhecimentos essenciais para a elaboração desta dissertação.

Agradeço à minha amada esposa, Bruna, pelo apoio constante, e ao nosso querido filho José Francisco, cuja alegria é a verdadeira motivação para continuar avançando.

Sou grato à minha vó Ercília e à minha mãe, cujo amor e orientação durante suas vidas foram fundamentais para minha trajetória pessoal e acadêmica.

Agradeço ao meu irmão Romenique, por todo apoio e amizade ao longo de toda essa trajetória.

Expresso minha gratidão ao meu orientador, Capitão de Fragata (IM) Leandro, pelas orientações precisas, apoio, ensinamentos e paciência, que foram extremamente importantes para a realização deste estudo.

Aos meus colegas do Curso de Estado-Maior para Oficiais Superiores de 2024, pelo convívio fraterno. Um agradecimento especial aos Capitães de Corveta (IM) Amaral e Thiago Santos, pelas valiosas sugestões que contribuíram para a melhoria da minha pesquisa.

Por fim, agradeço a Deus por iluminar meu caminho ao longo desta jornada e por me conceder saúde e força para superar as adversidades.

RESUMO

Este estudo investiga o papel da comunicação social (ComSoc) na formação da opinião pública durante a Guerra do Vietnã e a Invasão do Iraque em 2003, focando em como a mídia influenciou percepções e decisões políticas. A pesquisa compara a atuação da mídia nesses dois conflitos, destacando as similaridades e diferenças na forma como a mídia moldou a opinião pública e as consequências políticas resultantes.

Inicialmente, a cobertura da mídia em ambos os conflitos apoiou as narrativas oficiais dos governos, promovendo uma visão positiva das intervenções militares. No entanto, conforme os conflitos se prolongavam, a mídia começou a adotar uma postura mais crítica. No Vietnã, a cobertura crítica após a Ofensiva do Tet e as imagens de combate expuseram a realidade do conflito, levando a uma mudança significativa na opinião pública americana. Na Invasão do Iraque, a falta de evidências sobre as Armas de Destruição em Massa (ADM) e os abusos em Abu Ghraib minaram a credibilidade do governo Bush, resultando em uma crescente oposição pública à guerra.

A gestão de informações e o manejo de narrativas pela mídia impactaram o moral das tropas e o apoio público. Durante o Vietnã, a cobertura crítica desmoralizou o esforço militar americano e contribuiu para a decisão do presidente Johnson de não buscar a reeleição. Na Invasão do Iraque, a crítica midiática influenciou as eleições de meio de mandato de 2006, levando à vitória dos democratas e pressionando o governo Bush a iniciar a retirada das tropas.

Este estudo confirma que a cobertura midiática pode influenciar a opinião pública a ponto de afetar o engajamento militar em conflitos armados. A pesquisa destaca a necessidade de transparência e precisão nas comunicações governamentais para manter a confiança pública e a integridade das operações militares.

Palavras-chave: Comunicação Social (ComSoc). Guerra do Vietnã. Invasão do Iraque. Opinião Pública. Mídia.

ABSTRACT

The Influence of Social Communication in Shaping Public Opinion and Political Decisions During Armed Conflicts: A Comparative Study between the Vietnam War and the 2003 Invasion of Iraq

This study investigates the role of social communication in shaping public opinion during the Vietnam War and the 2003 Iraq Invasion, focusing on how the media influenced perceptions and political decisions. The research compares the media's role in these two conflicts, highlighting the similarities and differences in how the media shaped public opinion and the resulting political consequences.

Initially, media coverage in both conflicts supported the official government narratives, promoting a positive view of military interventions. However, as the conflicts dragged on, the media began to adopt a more critical stance. In Vietnam, the critical coverage following the Tet Offensive and combat images exposed the reality of the conflict, leading to a significant shift in American public opinion. In the Iraq Invasion, the lack of evidence of Weapons of Mass Destruction and the abuses at Abu Ghraib undermined the credibility of the Bush administration, resulting in growing public opposition to the war.

The management of information and narratives by the media impacted troop morale and public support. During Vietnam, critical coverage demoralized the American military effort and contributed to President Johnson's decision not to seek re-election. In the Iraq Invasion, media criticism influenced the 2006 midterm elections, leading to a Democratic victory and pressuring the Bush administration to begin troop withdrawal.

This study confirms that media coverage can influence public opinion to the extent of affecting military engagement in armed conflicts. The research highlights the need for transparency and accuracy in government communications to maintain public trust and the integrity of military operations.

Keywords: Social Communication, Vietnam War, Iraq Invasion, Public Opinion, Media.

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1	- Americanos que não consideram um erro enviar tropas para o Vietnã (1965-1971).....	24
GRÁFICO 2	- Como está indo a Guerra do Iraque?.....	32

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	8
2	A COMSOC E OS FATORES QUE ALTERAM A OPINIÃO PÚBLICA...	11
2.1	COMUNICAÇÃO SOCIAL: DEFINIÇÃO E IMPORTÂNCIA.....	11
2.2	OPINIÃO PÚBLICA: CONCEITO E DINÂMICA.....	13
2.3	A MÍDIA: A ARMA DA COMUNICAÇÃO.....	15
2.4	CONCLUSÕES PARCIAIS.....	18
3	A COMSOC NA GUERRA DO VIETNÃ.....	20
3.1	OPINIÃO PÚBLICA – DO APOIO À OPOSIÇÃO.....	20
3.2	CONSEQUÊNCIAS POLÍTICAS DA COBERTURA MIDIÁTICA.....	24
3.3	CONCLUSÕES PARCIAIS.....	27
4	A COMSOC NA INVASÃO DO IRAQUE.....	29
4.1	OPINIÃO PÚBLICA – DO APOIO À OPOSIÇÃO.....	29
4.2	CONSEQUÊNCIAS POLÍTICAS DA COBERTURA MIDIÁTICA.....	34
4.3	CONCLUSÕES PARCIAIS.....	36
5	COMPARAÇÃO DO PAPEL DA MÍDIA - VIETNÃ x IRAQUE.....	38
5.1	INFLUÊNCIA NA OPINIÃO PÚBLICA.....	38
5.2	CONTROLE DA INFORMAÇÃO.....	40
5.3	IMPACTO NO MORAL E NO APOIO INTERNO.....	41
5.4	CONSEQUÊNCIAS POLÍTICAS.....	42
5.5	CONCLUSÕES PARCIAIS.....	42
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	44
	REFERÊNCIAS.....	46

1 INTRODUÇÃO

O tratamento adequado da informação ao longo da história se mostrou relevante durante os conflitos armados, sendo utilizado tanto como recurso de inteligência quanto para influenciar a vontade de lutar dos beligerantes.

A comunicação social (ComSoc), por meio da mídia, pode utilizar informações para moldar a opinião pública e justificar o uso da força na resolução de conflitos. Exemplos disso incluem a invasão dos Estados Unidos América (EUA) ao Iraque em 2003, que foi apoiada pela opinião pública, e a retirada das tropas americanas do Vietnã, influenciada pela cobertura da imprensa.

A Ofensiva do Tet em 1968, embora tenha sido uma vitória militar para os EUA, ironicamente abalou a crença em uma solução rápida para a Guerra do Vietnã. A disposição dos norte-vietnamitas em suportar grandes baixas para alcançar seus objetivos minou o moral dos americanos. A habilidade dos comunistas sul-vietnamitas (Viet Cong) em moldar a opinião pública internacional, sendo apresentados como libertadores e heróis, contrastava com a abordagem apresentada pela narrativa oficial americana, fazendo com que o apoio de seu povo ao conflito se deteriorasse ao longo da guerra.

A mídia contribuiu sobremaneira para a derrota dos EUA, pois as imagens e os relatos do conflito transmitidos pelos jornalistas influenciaram profundamente a percepção pública americana e internacional, sendo que essas imagens tendiam, na maioria das vezes, a favorecer a causa comunista. A cobertura jornalística da guerra expôs as duras realidades do combate e as contradições das políticas militares dos EUA, levando a um aumento da pressão pública contra a continuação do conflito.

A empreitada americana no Iraque em 2003 exemplifica como a propaganda e a manipulação da informação foram importantes para moldar a opinião pública a favor da causa apresentada pelo presidente George W. Bush e justificar suas ações militares. Conforme apontado por Miller (2004), o Pentágono contratou a empresa The Rendon Group, sem concorrência, ao custo de um milhão e seiscentos mil dólares por quatro meses, para que, por meio de sua rede de escritórios internacionais e alianças estratégicas, monitorasse a mídia internacional, criasse um site sobre a campanha dos EUA contra o terrorismo e recomendasse formas pelas

quais os militares dos EUA poderiam combater a desinformação e melhorar suas próprias comunicações públicas, objetivando o apoio do povo estadunidense e da opinião pública internacional ao conflito. Isso contribuiu para o apoio da opinião pública americana à guerra ao terror.

Tanto no conflito do Vietnã quanto no do Iraque (2003), conforme será exposto nas seções seguintes, a ComSoc, utilizando-se da mídia, contribuiu para que os argumentos apresentados pelos EUA ganhassem apoio público para o início dessas empreitadas. Porém, paradoxalmente, a perda de apoio à narrativa oficial se mostrou relevante para a retirada das tropas americanas de ambas as guerras.

Dada a importância dessa ferramenta no planejamento de conflitos armados, este estudo possui como objeto de pesquisa a perda de apoio da opinião pública americana na Guerra do Vietnã e do Iraque e o apoio público conquistado pelos EUA para invadir esse último país em 2003. A análise comparativa desses dois eventos, baseada em pesquisas bibliográficas e documentais, permitirá compreender como a mídia pode influenciar decisivamente a opinião pública e, conseqüentemente, as ações políticas e militares.

O propósito desta dissertação é investigar o papel da mídia como um agente influente na ComSoc, explorando em que medida ela pode moldar a opinião pública. Mais especificamente, o estudo busca entender se a influência midiática é suficientemente poderosa para afetar as decisões governamentais relacionadas ao engajamento ou desengajamento das Forças Armadas em situações de conflito.

Para tal, formulou-se à seguinte questão de pesquisa: “A comunicação social, por intermédio da mídia, pode influenciar a opinião pública a ponto de um Estado introduzir ou retirar suas Forças Armadas da resolução de um conflito armado?”. A relevância desta questão se ancora na necessidade de compreender as dinâmicas entre mídia, opinião pública e decisões político-militares em tempos de guerra.

O objetivo geral deste estudo é investigar como a ComSoc, por intermédio da mídia, influenciou a formação da opinião pública e as decisões políticas durante os conflitos armados, comparando os casos da Guerra do Vietnã e da Invasão do Iraque em 2003. Os seguintes objetivos específicos serão perseguidos:

a) Examinar a cobertura midiática durante a Guerra do Vietnã, identificando as principais narrativas e seu impacto na opinião pública e nas decisões políticas dos EUA.

b) Investigar a cobertura midiática durante a Invasão do Iraque em 2003, comparando as estratégias de comunicação utilizadas e sua influência nas percepções públicas e políticas.

c) Comparar os efeitos da mídia nos dois contextos históricos, destacando semelhanças e diferenças na forma como a ComSoc moldou a opinião pública e as decisões políticas.

Nesse sentido, o trabalho está estruturado em seis capítulos. A presente introdução visa descrever o tema proposto, bem como a estrutura da pesquisa. No segundo capítulo, é apresentada a abordagem teórica da ComSoc e os fatores que alteram a opinião pública. Nos terceiro e quarto capítulos, são apresentadas as abordagens da ComSoc na Guerra do Vietnã e na Guerra do Iraque (2003), respectivamente, bem como o caminho percorrido desde o ganho de apoio da opinião pública até sua perda, e as consequências políticas resultantes. No quinto capítulo, é realizada uma comparação do papel da mídia na Guerra do Vietnã e na Invasão do Iraque (2003). Por fim, o sexto capítulo apresenta as considerações finais acerca do estudo, de acordo com a análise feita e com as evidências e informações obtidas.

2 A COMSOC E OS FATORES QUE ALTERAM A OPINIÃO PÚBLICA

Para Novelli (2020), a comunicação de massa emergiu como um dos fenômenos sociais mais significativos do século XX, derrubando barreiras tradicionais de acesso e propagação de informações e fomentando novas formas de sociabilidade. Albino Rubim complementa essa análise ao observar que a comunicação, por sua natureza imediata e simultânea, tem o poder de renovar experiências, alterar percepções, sensibilidades e impactar os processos cognitivos das pessoas (Rubim, apud Novelli, 2020).

Além disso, a comunicação figura como um elemento estratégico vital empregado pelo Estado em seus esforços de guerra. Sendo assim, os países utilizam a propaganda oficial, por vezes, para a conquista e manutenção do apoio da opinião pública. Conforme Aldé (2005), a mídia e a propaganda oficial são fundamentais para influenciar e manter o suporte popular durante os conflitos.

Nesse sentido, a ComSoc tem se mostrado uma ferramenta poderosa e indispensável nas operações militares e na formação da opinião pública em contextos democráticos modernos. Sua aplicação envolve desde a influência sobre a vontade de lutar dos beligerantes até o uso estratégico para moldar percepções públicas durante conflitos armados, como evidenciado no Manual de Comunicação Social da Marinha (Brasil, 2021).

2.1 COMUNICAÇÃO SOCIAL: DEFINIÇÃO E IMPORTÂNCIA

Atualmente, conforme publicado no EMA-860 (2ª Revisão), observa-se uma preferência pela utilização do termo "comunicação organizacional", que se alinha de forma mais adequada às expectativas do ambiente profissional e acadêmico. Este termo descreve com maior exatidão as responsabilidades, funções e métodos de comunicação empregados por entidades públicas, privadas e do terceiro setor no Brasil, nos EUA e em vários países europeus.

No entanto, neste estudo, será utilizada a expressão "Comunicação Social", uma nomenclatura tradicionalmente reconhecida na Marinha do Brasil e padronizada pelo EMA-860. Dentro deste contexto, "Comunicação Social" refere-se ao uso

estratégico da comunicação para melhorar as relações da Marinha com seus variados públicos de interesse, representando, afinal, o objetivo essencial da comunicação em qualquer entidade (Brasil, 2021).

Para Bordenave (2013), quando os Estados necessitam desviar a atenção do povo para problemas básicos, fomentam filmes, programas de rádio e de TV sem nenhum compromisso com valores educativos ou conscientizadores, frequentemente utilizando programas de TV do tipo "pão e circo"¹, aplicando massivamente a repetição para condicionar as pessoas. Dessa forma, incute-se a mensagem estatal pretendida e retira-se o senso crítico da população.

Nessa linha, a gestão de Reagan nos EUA durante os anos 80 é frequentemente citada como um exemplo marcante da cooperação estreita entre a equipe de comunicação da Presidência e a mídia. O governo Reagan se concentrava em criar "boas imagens" e eventos grandiosos que se encaixassem nos formatos exigidos pela televisão. Por outro lado, a mídia demorou a reconhecer que essa estratégia de comunicação adotada pela Casa Branca, na verdade, fazia com que a ela não criticasse as políticas governamentais, o que representava uma forma significativa de manipulação da imprensa pela comunicação da presidência. Dessa forma, o governo americano limitava a capacidade dos jornalistas de conduzir suas próprias investigações e formular perguntas desconcertantes que não estivessem já previstas pelos assessores de imprensa do governo (Aldé, 2005).

Uma das funções da ComSoc é a coordenação e o alinhamento das comunicações nas operações. A liberação de informações oficiais de maneira oportuna pode contribuir para estabelecer, reforçar ou manter condições propícias para atingir os objetivos estratégicos, além de combater a falta de informação e a desinformação. Nesse contexto, a ComSoc ocupa uma posição estratégica para alertar os líderes sobre quaisquer discrepâncias entre ações, discursos e imagens, e sugerir medidas para corrigi-las (Brasil, 2021).

Conforme observado por Abreu (2002), a evolução das comunicações alterou profundamente o processo de decisão, devido ao aumento massivo da quantidade

¹ Segundo Juvenal (2017), a política do "pão e circo" (em latim, "panem et circenses") foi uma estratégia usada pelos governantes da Roma Antiga para manter a população satisfeita e distraída com distribuição gratuita de alimentos e entretenimentos públicos, como jogos e espetáculos. Essa política tinha o objetivo de evitar a insatisfação e as revoltas populares, garantindo assim a estabilidade política e social.

de informações que chegam aos escalões superiores. Como resultado, houve uma saturação da capacidade de absorver o que realmente é relevante, comprometendo a eficácia das escolhas feitas.

Dessa forma, verifica-se que os meios de ComSoc exercem uma influência significativa sobre o poder psicossocial, moldando-o e causando impactos relevantes em outros poderes. Eles têm a capacidade de influenciar comportamentos de indivíduos, organizações e Estados de acordo com seus interesses. O poder político é particularmente sensível às narrativas da mídia. Frequentemente, os governantes focalizam questões que são destacadas pelos meios de comunicação, o que pode alterar a gestão política de conflitos e afetar o poder nacional. Como uma extensão do poder nacional, o poder militar é impactado pela realidade construída pela mídia, influenciando desde a moral das tropas até as decisões estratégicas de comando. Assim, o poder político pode impor restrições e tomar decisões que direcionam a atuação militar (Souza, 2008).

2.2 OPINIÃO PÚBLICA: CONCEITO E DINÂMICA

Enquanto secretário do embaixador francês em Veneza, Rousseau estava em um ano tumultuado devido às guerras de sucessão austríacas. Em 2 de maio de 1744, ele escreveu ao ministro francês de Assuntos Exteriores, Amelot, desculpando-se por uma advertência exagerada ao nobre veneziano Chevalier Erizzo, mencionando que a "opinião pública" já o via como um simpatizante da Áustria. Rousseau buscava tranquilizar Amelot, garantindo que tal comentário não causara grandes problemas e não se repetiria. Ele usou a expressão "opinião pública" de forma semelhante à de Laclos mais tarde, que a via como um tribunal cuja desaprovação deve ser evitada. Essa foi a primeira vez que o termo "opinião pública" foi utilizado (Noelle-Neumann, 2017).

Devido à sua importância, Habermas (1989) investiga a transformação estrutural da esfera pública, ressaltando como as interações sociais e os debates públicos se desenvolveram desde o século XVIII, moldando a opinião pública atual e impactando as políticas democráticas. Ele defende que a esfera pública é

fundamental para a legitimidade democrática, pois facilita a formação de uma opinião crítica e informada.

Para Cervi (2023), opinião pública se refere às opiniões compartilhadas dentro de grupos primários ou grandes grupos públicos sobre temas de interesse comum, baseadas em informações ou opiniões acessadas para ajudar na formação de posições. Ela influencia as decisões de representantes públicos e é usada para apresentar ou reformular políticas públicas com base nas opiniões sobre os resultados iniciais.

Charaudeau (2016) define a opinião pública como um conjunto de crenças, percepções e julgamentos compartilhados por diferentes grupos sociais sobre temas de interesse comum. Embora frequentemente vista como uma entidade homogênea, ela é fragmentada pela diversidade de opiniões dos grupos que a compõem. Tanto a mídia quanto os políticos tentam homogeneizá-la por meio de pesquisas e declarações generalizadoras. No entanto, a opinião pública não é simplesmente a soma das opiniões individuais, mas uma construção coletiva. Platão, através do mito da caverna, ilustra como nossas opiniões são moldadas pelos ecos das vozes dos outros. Assim, a opinião pública é um fenômeno complexo e dinâmico, representando a união de múltiplas vozes na sociedade que, juntas, formam uma única.

Lippmann (2008) analisa como a opinião pública é formatada pelas percepções e estereótipos que as pessoas desenvolvem a partir das informações fornecidas pelos meios de comunicação. Neste sentido, a mídia² funciona como um intermediário entre a realidade e a imagem mental que o público constrói, influenciando de maneira significativa a formação da opinião pública.

O mundo que temos que considerar está politicamente fora de nosso alcance, fora de nossa visão e compreensão. Tem que ser explorado, relatado e imaginado. O homem não é um Deus aristotélico contemplando a existência numa olhadela. É uma criatura da evolução que pode abarcar somente uma porção suficiente da realidade que administra para sua sobrevivência, e agarra o que na escala do tempo são alguns momentos de discernimento e felicidade. (Lippmann, 2008, p.40).

² Toda estrutura de difusão de informações, notícias, mensagens e entretenimento que estabelece um canal intermediário de comunicação não pessoal, de comunicação de massa, utilizando-se de vários meios, entre eles jornais, revistas, rádio, televisão, cinema, mala direta, outdoors, informativos, telefone, internet etc (Houaiss, 2001).

Noelle-Neumann (2017) introduz a teoria da espiral do silêncio, que sugere, após diversos experimentos demonstrados em sua obra, que as pessoas tendem a suprimir suas opiniões se percebem que são minoria, devido ao medo do isolamento social. Adicionalmente, a autora destaca o papel fundamental da mídia na influência sobre quais opiniões são predominantemente percebidas, afetando a disposição das pessoas em expressarem suas verdadeiras opiniões. No entanto, esse processo pode levar a uma distorção da opinião pública, onde as vozes discordantes são silenciosamente suprimidas.

Nessa linha, a autora observa que a cultura midiática é construída a partir daquilo que é selecionado do mundo real e oferecido à sociedade por intermédio dos meios de comunicação. Dessa forma, como a totalidade das informações que compõem o mundo real não está ao nosso alcance, a realidade midiática torna-se a única perspectiva que temos sobre o mundo.

2.3 A MÍDIA: A ARMA DA COMUNICAÇÃO

Desde o desenvolvimento da tipografia por Gutenberg até o lançamento de satélites, a comunicação vem evoluindo significativamente e as mensagens cada vez mais se tornam acessíveis ao público.

Nessa linha, Bordenave (2013) defende que a invenção da fotografia impactou profundamente o desenvolvimento da comunicação visual, muito além do que normalmente se considera. Ela possibilitou a ilustração de livros, jornais e revistas, tornando a informação mais acessível e visualmente atraente. Além disso, ela inspirou o surgimento do cinema, inicialmente mudo e posteriormente sonoro, e, juntamente com os avanços eletrônicos, culminou na transmissão de imagens via televisão. “O domínio das ondas eletromagnéticas pelo homem reduziu o tamanho do mundo e o transformou numa “aldeia global”.

Utilizando-se dos meios de comunicação para formar uma opinião pública de interesse, Wolf (1999) pontua que pela teoria do *agenda-setting*³, a mídia não diz ao público o que pensar, mas sobre o que pensar. Dessa forma, a atenção que a mídia

³ Segundo McCombs (2014), *agenda-setting* é a capacidade de influenciar o público sobre o que será importante e discutido em um determinado momento.

dá a certos temas influencia diretamente a importância que o público atribui a esses mesmos temas. Assim, verifica-se a importância da mídia na modelagem da opinião pública, destacando-se a interdependência entre a percepção pública e os meios de comunicação.

De modo a ilustrar como os meios de comunicação podem influenciar a opinião pública e as decisões políticas, citamos o incidente ocorrido entre Turquia e Grécia em virtude da busca por audiência entre duas emissoras de televisão que excitaram o nacionalismo em seus respectivos Estados. Neste caso, a emissora de televisão grega incitou mobilizações e declarações belicosas sobre a pequena ilha deserta de Imia, levando outras mídias gregas a seguirem o mesmo caminho e, como resposta, as mídias turcas passaram a responder à mesma altura. As ações culminaram no desembarque de soldados gregos na ilha e movimentações navais, com a guerra sendo evitada por pouco (Bourdieu, 1997).

A complexidade das mídias modernas impacta significativamente a eficácia da comunicação com públicos de interesse. Antes do advento da Internet e das mídias sociais, governos ou grupos de interesse podiam influenciar mais facilmente a percepção pública devido ao número limitado de mídias disponíveis. Atualmente, a capacidade desses grupos de influenciar audiências diminuiu drasticamente com a proliferação de plataformas de mídia personalizadas para pontos de vista específicos. Esse ambiente de mídia fragmentado permite a coexistência de múltiplas narrativas, inclusive conflitantes, tornando mais difícil reverter narrativas desfavoráveis. A capacidade de influenciar públicos tornou-se complexa, e pressupostos tradicionais muitas vezes não são mais válidos. Acusações absurdas, que antes seriam ignoradas, agora podem ganhar destaque e precisam ser tratadas adequadamente. No entanto, essa multiplicidade de plataformas também permite que os grupos de interesse transmitam mensagens diretamente aos seus públicos, sem a intermediação da mídia tradicional, expondo suas posições sem filtros externos (Brasil, 2021).

Nesse contexto, Wolf (1999) argumenta que a mídia não simplesmente reflete a realidade, mas a constrói ativamente. De acordo com o autor, os meios de comunicação possuem a capacidade de criar uma "realidade social" ao selecionar, destacar e organizar informações de maneira específica. Esse poder de construção

da realidade é particularmente evidente na cobertura de eventos políticos e sociais pela mídia, moldando a percepção do público e, conseqüentemente, a opinião pública. Assim, a mídia não atua como um espelho passivo, mas sim como um agente ativo na formação da realidade social.

Nessa linha, Noelle-Neumann (2017) observa que a cultura midiática é criada por aquilo que foi selecionado do mundo real e oferecido à sociedade por intermédio dos meios de comunicação. Dessa forma, como a totalidade das informações que compõe o mundo real não está ao nosso alcance, a realidade midiática se torna a única perspectiva que temos sobre o mundo.

A mídia moderna, com seus variados meios de comunicação, desempenha um papel essencial na formação da opinião pública. A fórmula dada pelo sociólogo Robert Park, nos dá uma descrição de como funciona a relação entre sociedade e meios comunicação: As notícias diárias atualizam-nos sobre os mais recentes acontecimentos e transformações fora do nosso alcance imediato (Park, apud McCombs, 2004). Porém, a mídia, seja ela impressa ou televisiva, faz mais do que simplesmente alertar sobre a existência de eventos e tópicos significativos. Através da escolha e exposição diária de conteúdo, editores e chefes de notícias direcionam nossa atenção e moldam nossa visão sobre os assuntos que consideram mais importantes (McCombs, 2004). Esse poder de definição de agenda é fundamental para entender como a ComSoc molda a opinião pública.

Somando-se à *agenda-setting*, a teoria da construção social da realidade de Berger e Luckmann (1991) destaca que a realidade percebida é, na maior parte das vezes, uma construção social, “em outras palavras, toda uma máquina de legitimação está em funcionamento para que os leigos permaneçam leigos (...)”⁴ (Berger; Luckmann, 1991, p. 105, tradução nossa). Os meios de comunicação não apenas refletem a realidade, mas também a constroem ativamente, ao selecionar, trabalhar e publicar informações de maneira específica. Esse processo de construção da realidade é essencial para a compreensão de como a mídia influencia a percepção da sociedade e, conseqüentemente, a opinião pública.

⁴ No original: "In other words, an entire legitimating machinery is at work so that laymen will remain laymen (...)" (Berger; Luckmann, 1991, p. 105).

Conforme até agora observado, a mídia possui um poder significativo na formação da opinião pública; porém esse poder encontra limitações importantes, conforme podemos observar na obra de Carr (2001):

i - é essencial considerar a necessidade de manter algum grau de relação com os fatos. Este ponto é ilustrado pela propaganda alemã na Primeira Guerra Mundial, que retratou o inimigo de forma ridícula e desprezível. Os soldados alemães se depararam nas trincheiras com um inimigo completamente distinto daquele que foi disseminado pela imprensa oficial alemã e perderam suas vidas; isso comprovou que aquela imagem era completamente falsa; e

ii - o poder sobre a opinião é ainda mais limitado pelo pensamento utópico inerente à natureza humana. A propaganda, embora aliada ao poder econômico e militar, inevitavelmente chega a um ponto em que desafia seus próprios objetivos, fazendo com que a mente humana se rebele contra esse poder. Historicamente, os seres humanos tendem a rejeitar a doutrina de que a força faz o direito. A opressão muitas vezes fortalece a vontade e acentua a inteligência das vítimas, evidenciando que o controle absoluto da opinião por uma elite não é universal e nem garantido.

Adicionalmente, a forma como a mídia alcança os seus objetivos são distintas em autocracias e democracias conforme exposto por Chomsky e Herman (1988):

i - nos países onde a burocracia estatal detém o poder, a mídia reproduz apenas o que interessa à elite dominante.

ii - em democracias, é mais desafiador utilizar a mídia como ferramenta para angariar a opinião pública, onde a mídia é privada e a censura formal está ausente. Nesse contexto, diversos meios de comunicação competem ativamente e maior controle social é exercido. Além disso, o posicionamento da mídia como defensora da liberdade de expressão e dos interesses da sociedade é evidente nesse regime.

2.4 CONCLUSÕES PARCIAIS

A comunicação de massa emergiu como um dos mais importantes fenômenos do século XX e tem se mostrado como elemento estratégico nos esforços de guerra dos Estados. A ComSoc, essencial nas operações militares e na formação da

opinião pública, possui uma posição de destaque nas democracias modernas, tanto na divulgação da propaganda oficial quanto na obtenção de apoio público.

A ComSoc, definida como uma ferramenta estratégica na MB, é fundamental para gerenciar relações e influenciar a opinião pública. Por meio dela, é possível fortalecer percepções e comportamentos, impactando diretamente a política e a estratégia militar.

A opinião pública, moldada por mídias diversas, é uma entidade complexa que influencia diretamente as decisões políticas. Desde Rousseau até teorias modernas como a espiral do silêncio de Noelle-Neumann, a mídia desempenha um papel fundamental na construção da opinião pública. Este fenômeno não é globalmente uniforme, refletindo uma mistura de perspectivas influenciadas por contextos culturais e históricos específicos.

A mídia, desde a invenção da tipografia até as modernas plataformas digitais, tornou-se uma poderosa ferramenta de comunicação que não apenas transmite, mas também molda e constrói ativamente a realidade social. Por intermédio de teorias como o *agenda-setting* e a construção social da realidade, verifica-se que ela direciona a atenção pública e influencia a percepção de uma sociedade. Esta capacidade intrínseca que a mídia possui expõe o seu papel fundamental na dinâmica social contemporânea.

Por outro lado, apesar de sua influência significativa, a mídia enfrenta limitações críticas que comprometem sua capacidade de moldar a opinião pública. Suas fraquezas estão diretamente relacionadas à necessidade de adesão aos fatos e à resistência natural dos seres humanos a manipulações percebidas. Além disso, a mídia em ambientes autoritários frequentemente se torna um mero instrumento de propaganda.

3 A COMSOC NA GUERRA DO VIETNÃ

Segundo Hallin (1986), os jornalistas foram importantes na formação da opinião pública e nas políticas militares dos EUA durante a Guerra do Vietnã. Este foi o primeiro grande conflito em que a cobertura midiática ganhou notoriedade, com repórteres transmitindo diretamente dos campos de batalha. Inicialmente, essa cobertura visava apresentar o conflito de maneira positiva, mas com o tempo passou a retratar a guerra como uma série de batalhas sangrentas, desmoralizando o esforço militar americano.

O conflito envolveu as forças do Vietnã do Norte e os Viet Cong contra o Exército do Vietnã do Sul, apoiado pelos EUA, Coreia do Sul e Austrália. Os EUA perderam cerca de 58 mil soldados, enquanto o Vietnã do Norte e os Viet Cong sofreram perdas de aproximadamente 1,1 milhão de combatentes, resultando na vitória do Vietnã do Norte e na reunificação do país sob controle comunista (Magnoli, 2009).

3.1 OPINIÃO PÚBLICA – DO APOIO À OPOSIÇÃO

A introdução dos jornalistas na Guerra do Vietnã (1955-1975) foi inicialmente controlada pelo governo dos EUA, com o objetivo de produzir uma visão positiva do conflito. Nos primeiros anos da escalada americana, especialmente entre 1965 e 1967, a cobertura midiática foi caracterizada por relatos que transmitiam uma imagem de progresso e sucesso militar. A administração do presidente Lyndon Baines Johnson, ao perceber a importância da opinião pública para o esforço de guerra, tentou gerir o fluxo de informações para garantir que a narrativa oficial fosse amplamente difundida e aceita (Hallin, 1986).

Em novembro de 1965, a campanha do Vietnã do Norte intensificou-se significativamente, o que levou à revisão do número de soldados planejados para serem enviados ao conflito, passando de 112.000 para um número ainda maior. Em dezembro, discutia-se o aumento das forças para cerca de 400.000 até o final de 1966, sinalizando que o Vietnã estava se transformando em uma guerra de grande escala. Apoiadores políticos manifestaram preocupação, argumentando que uma escalada dessa magnitude não deveria ocorrer sem um novo esforço de paz, que

mostrasse à opinião pública, tanto global quanto americana, que todas as opções diplomáticas haviam sido esgotadas. O Secretário de Defesa dos EUA, Robert McNamara, sugeriu uma pausa de três a quatro semanas nos bombardeios ao Norte antes de intensificar o envio de tropas ou aumentar os ataques, com o objetivo de consolidar o apoio da opinião pública antes do envolvimento pleno dos EUA no conflito (Hallin, 1986).

De acordo com o exposto, observa-se que havia uma preocupação com o apoio da opinião pública americana antes da escalada do conflito por parte da base política do presidente Johnson.

Nesse período, com o aumento do envolvimento militar dos EUA no Vietnã, a cobertura televisiva cresceu significativamente. Enquanto a imprensa escrita dominava a cobertura nos anos anteriores, a televisão passou a desempenhar um papel central. O ano de 1965 marcou a chegada de um número substancial de tropas americanas e a intensificação dos bombardeios, eventos amplamente cobertos pelas redes de televisão (Hallin, 1986).

No início da campanha, o moral das tropas era elevado, e as histórias de heroísmo e bravura eram comuns nas reportagens. O governo dos EUA facilitava o acesso dos jornalistas às operações militares e promovia a interação deles com oficiais e soldados. O General William Westmoreland, comandante das forças americanas no Vietnã, acreditava que uma cobertura positiva ajudaria a manter o apoio público à guerra. Assim, o governo fornecia oportunidades para que os jornalistas acompanhassem as tropas em missões, resultando em uma cobertura que frequentemente enfatizava o progresso e a eficácia das operações militares americanas, esse período ficou conhecido como a Ofensiva da Paz (Hallin, 1986).

Na televisão, esse avanço se destacava como uma propaganda da moralidade, criando um contraste entre o bem, representado pela Ofensiva da Paz Americana, e o mal, simbolizado por Hanói. O êxito dessa ofensiva ao gerar uma imagem televisiva da virtude americana, pode ser visto como um resultado positivo para o governo dos EUA à época (Hallin, 1986).

No entanto, sem a resolução esperada do conflito, a cobertura televisiva começou a mudar sua opinião em relação a guerra. A escalada do conflito e o aumento das baixas fizeram com que os repórteres adotassem uma postura mais

crítica, questionando a estratégia e os resultados da guerra. As imagens de combate se tornaram perturbadoras, e as histórias de heroísmo foram gradualmente substituídas por relatos de soldados desiludidos e exaustos. A brutalidade do conflito e a aparente falta de progresso passaram a ser transmitidas com maior intensidade. (Hallin, 1986).

De acordo com Hanson (2006), nos primeiros anos do conflito, a cobertura da mídia foi amplamente favorável ao esforço de guerra dos EUA. As reportagens enfatizavam as vitórias militares e o progresso do combate ao comunismo. No entanto, à medida que a guerra se arrastava e as baixas americanas aumentavam, a cobertura realizada pela imprensa foi gradualmente tomando outros rumos que não eram favoráveis ao esperado pelo governo estadunidense.

É importante destacar que os jornalistas, espalhados entre as tropas, vivenciavam as mesmas angústias dos soldados. Com o prolongamento do conflito, o controle sobre o fluxo de informações destinadas ao público americano tornou-se cada vez mais relaxado.

Nesse sentido, Magnoli (2009) pontua em sua obra que a Ofensiva do Tet⁵, ocorrida em 31 de janeiro de 1968, marcou um ponto de virada na guerra. O Viet Cong quebrou a trégua tradicional do Ano-Novo Lunar vietnamita com ataques coordenados em mais de cem localidades no Vietnã do Sul. Embora militarmente derrotada, as imagens transmitidas da ofensiva mostraram aos americanos que a narrativa oficial não estava de acordo com os fatos expostos pelos jornalistas.

A intensificação da cobertura crítica da mídia teve profundas implicações políticas. A administração Johnson, que inicialmente controlava o fluxo de informações, viu-se cada vez mais incapaz de conter as narrativas negativas que emergiam dos relatos jornalísticos. A divulgação dos Papéis do Pentágono em 1971, que revelaram que o governo Nixon havia sistematicamente enganado o público sobre o progresso da guerra, aumentou ainda mais a desconfiança pública e a oposição ao conflito (Hanson, 2006).

⁵ A Ofensiva do Tet foi uma grande campanha militar realizada em 1968 durante a Guerra do Vietnã. Ocorrida em 31 de janeiro, no feriado vietnamita do Ano Novo Lunar conhecido como "Tet," a ofensiva marcou uma virada significativa no conflito (Magnoli, 2009).

De acordo com Hallin (1986), a publicação desses documentos por jornais como o *New York Times* e o *Washington Post* foi um ponto alto do jornalismo investigativo e marcou um momento decisivo no conflito.

O papel dos correspondentes de guerra foi fundamental para trazer à luz a brutalidade do conflito. A transmissão de imagens de combates sangrentos, vilarejos destruídos e civis feridos ajudou a humanizar a guerra, tornando impossível para o público americano ignorar os custos humanos do conflito. Essa mudança na cobertura midiática contribuiu para uma crescente oposição à guerra entre o público americano, culminando em protestos massivos e uma pressão crescente sobre o governo (Hanson, 2006).

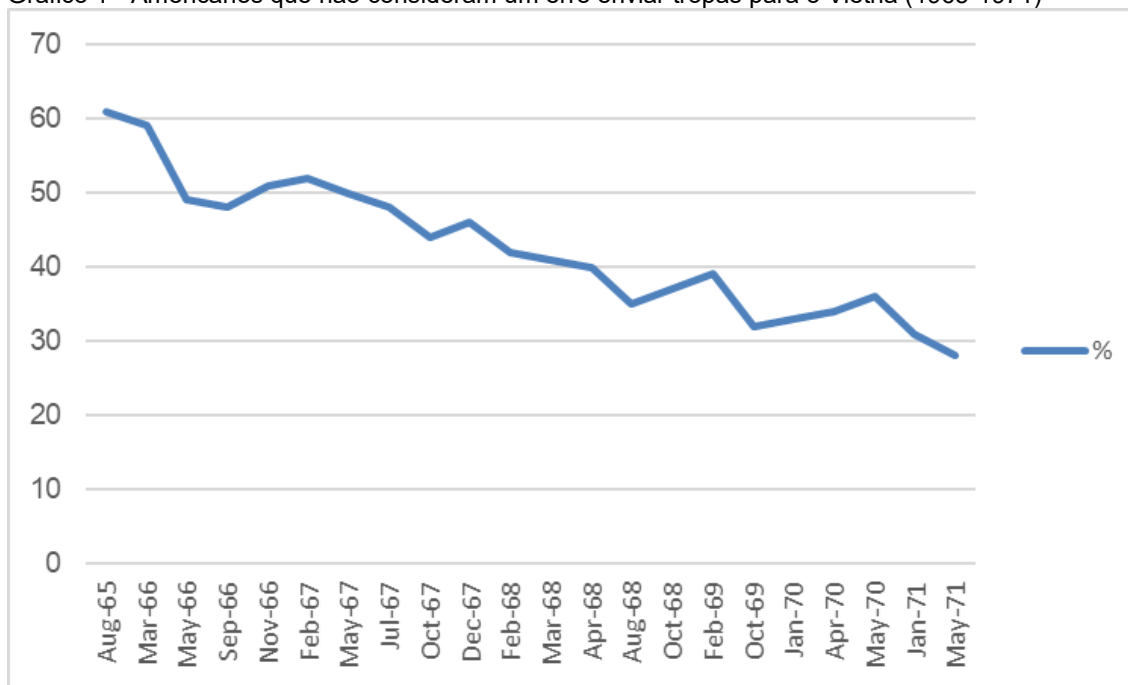
Essas imagens, conforme observado por Hallin (1996), contribuíram para mobilizar a opinião pública contra a guerra, forçando os líderes políticos a reavaliar suas estratégias.

Somando a isso, o relato do jornalista Walter Cronkite, após retornar do Vietnã, que a guerra estava em um impasse e que a única solução racional seria a negociação, não como vencedores, mas como pessoas honradas foi igualmente perturbador. Essa declaração teve um impacto profundo na opinião pública americana, minando ainda mais o apoio à guerra (Hanson, 2006).

A relação tensa entre a mídia e o governo continuou durante a administração Nixon, que enfrentou uma imprensa cada vez mais adversária. A cobertura negativa da guerra e a revelação de escândalos como o do Watergate contribuíram para a queda de apoio à guerra e, eventualmente, para a retirada das tropas americanas do Vietnã. A Guerra do Vietnã destacou a importância da mídia como um ator essencial na formação da opinião pública e na influência das políticas governamentais em tempos de conflito (Hanson, 2006).

Conforme o Gráfico 1, a opinião pública americana sobre a Guerra do Vietnã mudou significativamente entre agosto de 1965 e maio de 1971.

Gráfico 1 - Americanos que não consideram um erro enviar tropas para o Vietnã (1965-1971)



Fonte: Adaptado de Digital History. Public Opinion and the Vietnam War. Disponível em: https://www.digitalhistory.uh.edu/active_learning/explorations/vietnam/vietnam_pubopinion.cfm. Acesso em: 27 jun. 2024.

Ao analisar o impacto que a mídia exerceu na opinião pública durante o conflito, fica latente que, no período em que o governo americano conseguiu controlar o fluxo de informações que era divulgado ao público, a opinião pública se mostrava mais favorável à intervenção americana naquele país. No entanto, em virtude dos longos anos que o conflito se estendeu, o controle sobre o que era divulgado reduziu e o apoio do público interno à campanha também.

De acordo com o exposto, parece razoável presumir a importância do controle do fluxo de informações que os atores devem realizar durante os conflitos.

3.2 CONSEQUÊNCIAS POLÍTICAS DA COBERTURA MIDIÁTICA

A cobertura jornalística durante a Guerra do Vietnã impactou significativamente na estratégia militar dos EUA. Conforme a guerra avançava, a diferença entre as vitórias táticas reportadas pelo comando militar e a realidade brutal do campo de batalha transmitida pela mídia ficou evidente. O governo dos EUA e os militares frequentemente enfatizavam as altas contagens de corpos do

inimigo como um indicador de sucesso. No entanto, essa métrica não se mostrou eficaz para capturar a complexidade da guerra e a determinação dos combatentes norte-vietnamitas, que não se rendiam, apesar das grandes perdas (Hanson, 2006).

Essa medida ignorava a realidade de que o terreno não estava sendo dominado e que a infraestrutura do Vietnã do Norte permanecia intacta. As imagens e os relatos das batalhas, incluindo a Ofensiva do Tet, transmitidos pela mídia, desafiavam as informações oficiais de progresso e sucesso. A cobertura jornalística do conflito minou a confiança pública na liderança militar e política, levando a um aumento da pressão para a retirada das tropas americanas (Hanson, 2006).

De acordo com Willbanks (2006), as imagens transmitidas para as casas americanas tiveram um impacto profundo na opinião pública. Cenas de intensos combates urbanos, especialmente em locais simbólicos como a embaixada americana em Saigon, expôs a dura realidade do conflito, minando a moral pública e militar.

A Ofensiva do Tet destacou as limitações americana e a resiliência dos combatentes norte-vietnamitas. Apesar das perdas significativas infligidas ao Viet Cong, a ofensiva revelou a capacidade dos comunistas de lançar ataques coordenados em larga escala, desmentindo a afirmação do governo de que a guerra estava sendo vencida. A cobertura intensa e imediata dos ataques, especialmente na embaixada americana em Saigon, impactou negativamente a confiança do povo americano em relação ao conflito (Hanson, 2006).

Pesquisas de opinião durante e após a Ofensiva do Tet indicaram que, embora muitos americanos ainda apoiassem a participação dos EUA na guerra, a confiança na vitória diminuiu drasticamente. Essa mudança contribuiu para a decisão do presidente Johnson de não buscar a reeleição e para a eventual retirada das forças americanas do Vietnã (Hanson, 2006).

A percepção geral de que a TV oferecia relatos objetivos e imparciais da guerra, ou pelo menos apresentava ambos os lados da questão, não se confirmou de fato. Até mesmo o Departamento de Defesa americano foi marginalizado pelos pontos de vista unilaterais da mídia. Adicionalmente, não seria fácil a tentativa de alterar a opinião pública sobre a Guerra do Vietnã distribuindo filmes para os cinemas, ou mesmo expandindo as transmissões oficiais de TV, já que esse material

seria automaticamente contrastado com a cobertura do campo de batalha (Springer, 1991).

A transmissão de imagens reais da destruição causada pelo conflito, assim como a exposição de soldados mortos e gravemente feridos, trouxe a realidade da guerra para dentro dos lares americanos. Noticiários diários, com reportagens diretas do campo de batalha, mostraram um lado da guerra que contrariava a propaganda oficial, aumentando o ceticismo público em relação ao conflito (Willbanks, 2006).

Assim, percebe-se a importância da mídia na formação da opinião pública contrária à Guerra do Vietnã. A cobertura televisiva trouxe o conflito para dentro das casas americanas de maneira perturbadora, oferecendo uma visão chocante e emocional dos horrores enfrentados. Imagens de crianças atingidas pelo napalm e soldados americanos feridos tornaram-se símbolos poderosos, contribuindo para o fortalecimento do movimento antiguerra nos EUA.



Figura 1 - UT, Nick. **Napalm Girl**. 1972. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2012/06/fotografia-mais-famosa-da-guerra-do-vietna-completa-40-anos.html>. Acesso em: 27 jul. 2024.

À medida que a guerra avançava, a cobertura jornalística tornou-se cada vez mais crítica, refletindo e amplificando a crescente oposição pública ao conflito. A

mídia não apenas relatava os eventos, mas também moldava a percepção pública, influenciando as políticas governamentais e, eventualmente, contribuindo para a decisão de retirar as tropas americanas do Vietnã (Hanson, 2006).

Durante o governo Nixon, ocorreu a tentativa de criar uma imagem de apoio popular para suas políticas no Vietnã, utilizando campanhas de rádio e discursos preparados para membros do Congresso, criticando a mídia e o movimento antiguerra. Esses esforços visavam intimidar membros relutantes do Congresso e reforçar a percepção de que os opositores das políticas presidenciais eram uma minoria com voz, hostil aos valores da maioria silenciada (Willbanks, 2006).

Em muitos aspectos, a Guerra do Vietnã se transformou em um problema de relações públicas (RP) para a administração Nixon. A necessidade de manter o apoio público tornou-se uma questão central na formulação de políticas, levando a esforços contínuos para controlar a narrativa e minimizar o impacto da cobertura jornalística adversa (Willbanks, 2006).

3.3 CONCLUSÕES PARCIAIS

Durante a Guerra do Vietnã, a ComSoc desempenhou um papel central na formação da opinião pública e na política militar dos EUA, por meio da mídia. Inicialmente, o governo americano controlava de perto a narrativa divulgada pelos meios de comunicação e o conflito era apresentado de forma positiva.

Esse foi o primeiro grande conflito em que a cobertura da mídia ganhou notoriedade, com repórteres transmitindo diretamente do *front*, o que teve um impacto significativo na percepção pública da guerra.

No entanto, com o passar do tempo, os jornalistas começaram a retratar a realidade brutal e sangrenta do campo de batalha, desafiando a narrativa oficial e desmoralizando o esforço militar americano.

A Ofensiva do Tet marcou uma virada na guerra. Mesmo não alcançando uma vitória militar, a ofensiva revelou a fragilidade da narrativa oficial de que o conflito estava sob controle, afetando negativamente a opinião pública nos EUA. A cobertura televisiva extensa e imediata dos ataques, especialmente em locais simbólicos como

a embaixada americana em Saigon, destacou as limitações das forças americanas e a determinação dos combatentes norte-vietnamitas.

As fortes imagens dos combates urbanos e a percepção de um conflito sem fim levaram a uma crescente oposição pública à guerra, refletida na queda do apoio à administração Johnson e, eventualmente, contribuindo para a decisão do presidente de não buscar a reeleição.

A cobertura televisiva não só moldou a opinião pública, mas também teve um impacto direto nas políticas governamentais. As transmissões que mostravam crianças queimadas por napalm e soldados americanos desmoralizados trouxeram a dura realidade do conflito para dentro dos lares americanos. Isso humanizou a guerra e fortaleceu o movimento antiguerra, levando à decisão do presidente Johnson de não buscar a reeleição e a retirada das tropas americanas do Vietnã.

Conforme observado, verifica-se a aderência entre a teoria apresentada na seção dois e o constante nesta seção, enfatizando-se que os jornalistas não apenas transmitiram as informações, mas também construíram ativamente uma realidade social sobre o conflito na sociedade americana, direcionando a atenção pública e influenciando a percepção das pessoas. Conforme as imagens das atrocidades da guerra eram transmitidas aos lares americanos, de forma tendenciosa a causa comunista, menor se tornava o apoio da opinião pública ao conflito.

4 A COMSOC NA INVASÃO DO IRAQUE

A invasão do Iraque em 2003, liderada pelos EUA e pelo Reino Unido, exemplifica como a propaganda e a manipulação da mídia podem moldar a opinião pública e justificar ações militares controversas (Miller, 2004). Com o fim da Guerra Fria no início dos anos 1990, os EUA emergiram como a única superpotência global.

A Primeira Guerra do Golfo, que expulsou as forças iraquianas do Kuwait em 1991, foi um passo significativo nesse contexto. As sanções econômicas e as inspeções de armas impostas ao Iraque após a guerra visavam conter o regime de Saddam Hussein, mas também criaram um ambiente de tensão contínua (DiMaggio, 2015). Os ataques terroristas de 11 de setembro de 2001 impactaram a política externa dos EUA e a administração de George W. Bush utilizou esses ataques como justificativa para lançar a "Guerra ao Terror", que incluiu a invasão do Afeganistão em 2001 para derrubar o regime do Talibã.

A retórica governamental começou a associar o terrorismo global com Estados párias, incluindo o Iraque, apesar da falta de evidências concretas de uma ligação entre Saddam Hussein e os ataques de 11 de setembro. A narrativa de que o Iraque possuía Armas de Destruição em Massa (ADM) e representava uma ameaça iminente foi intensamente promovida (DiMaggio, 2015).

Nos meses que antecederam a invasão do Iraque, a administração Bush conduziu uma campanha agressiva de RP para convencer o público e a comunidade internacional da necessidade de uma ação militar contra o Iraque. Discursos presidenciais, conferências de imprensa e declarações de altos funcionários do governo enfatizavam a ameaça representada pelas supostas ADM iraquianas e a necessidade de desarmar Saddam Hussein para garantir a segurança global (DiMaggio, 2015).

Com base nessas alegações, em 20 de março de 2003, as forças americanas e aliadas invadiram o Iraque com um contingente de cerca de 150 mil soldados, derrubando o regime de Saddam Hussein (Magnoli, 2009).

4.1 OPINIÃO PÚBLICA – DO APOIO À OPOSIÇÃO

A administração Bush foi eficaz em amplificar medos preexistentes sobre o terrorismo e em associá-los ao Iraque. Utilizando uma retórica que destacava

perigos iminentes e a necessidade de ação preventiva, o governo conseguiu convencer grande parte do público da urgência de desarmar Saddam Hussein. A mídia, ao reproduzir essas narrativas sem questionamento substancial, contribuiu para uma percepção pública de ameaça constante. A propaganda foi tão eficaz que mesmo após a invasão, e com a falta de descobertas de ADM, muitos americanos continuaram a acreditar na justificativa original para a guerra (DiMaggio, 2015).

Nesse sentido, firmas especializadas em RP foram contratadas para criar e disseminar mensagens que associavam Saddam Hussein com ameaças globais, utilizando frases de efeito como "eixo do mal" e "guerra ao terror" para assim angariar maior aceitação da opinião pública. O objetivo dessa propaganda era gerar um senso de urgência e medo, facilitando a aceitação da necessidade de intervenção militar (Rampton; Stauber, 2003).

As mensagens presidenciais passaram a ser cuidadosamente elaboradas para reforçar a necessidade da intervenção militar. Discurso após discurso, Bush enfatizava a ameaça que o Iraque supostamente representava, usando retórica que evocava imagens de destruição iminente e terror. Essa comunicação foi fundamental para moldar a percepção pública e obter apoio para a guerra (DiMaggio, 2015).

A campanha de desinformação incluiu a promoção de alegações infundadas sobre a existência de ADM no Iraque. Essas alegações foram amplificadas pela mídia, criando uma justificativa falsa para a invasão (Rampton; Stauber, 2003).

Além disso, eventos como a suposta libertação de prisioneiros de guerra e a descoberta de arsenais químicos foram frequentemente amplificados ou até mesmo fabricados para justificar as ações militares (Rampton; Stauber, 2003).

A cobertura midiática não apenas replicou as mensagens do governo, mas também as amplificou, criando uma narrativa dominante que pouco espaço deu para a dissidência. Os noticiários americanos frequentemente apresentavam especialistas que reforçavam a necessidade de ação militar, enquanto vozes críticas eram marginalizadas. Este fenômeno contribuiu para uma uniformidade de opinião o que facilitou a mobilização para a guerra (DiMaggio, 2015).

A retórica de guerra e a propaganda não apenas modificaram a opinião pública internacional, mas também tiveram profundas repercussões na política doméstica dos EUA. O aumento do patriotismo e o apoio inicial à guerra

consolidaram a posição de Bush e sua administração, permitindo-lhes avançar com políticas internas que, de outra forma, poderiam ter enfrentado resistência significativa (DiMaggio, 2015).

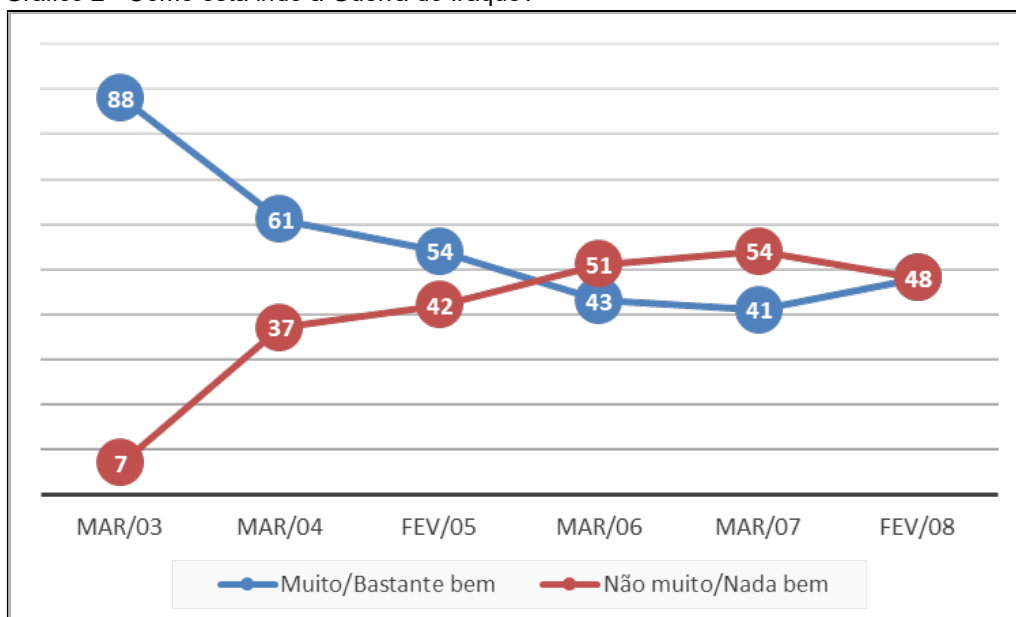
Mais uma vez a mídia se mostrava fundamental na disseminação das mensagens em favor da guerra, grandes redes de televisão e jornais, como CNN e Fox News, frequentemente repetiam as declarações oficiais sem a devida análise crítica. Estudos mostraram que o aumento da cobertura sobre ADM e terrorismo estava correlacionada com o aumento do interesse e do apoio público à guerra. A função de *agenda-setting* da mídia foi evidente, com a cobertura sobre o Iraque influenciando diretamente a atenção e as percepções do público. Esse alinhamento entre a mídia e a agenda governamental ajudou a criar um consenso público em favor da invasão (DiMaggio, 2015).

Uma das narrativas empregadas era que as ADM estariam prontas para serem lançadas após quarenta e cinco minutos da ordem de sua utilização, o que promovida a necessidade de intervenção urgente por parte dos americanos e seus aliados naquele país.

A cobertura independente do conflito foi silenciada, os jornalistas que tentavam relatar perspectivas alternativas enfrentavam grandes desafios, o mais evidente era a dificuldade em obter acesso seguro e informações confiáveis, pois sem a integração com as forças militares, ficava praticamente impossível o acesso as zonas de conflito. O controle rígido da disseminação de informações oficiais, combinado com a falta de informação direta do terreno durante a guerra, limitou severamente a capacidade dos críticos fornecerem uma visão equilibrada do conflito (Miller, 2004).

A história da Guerra do Iraque é uma história de crescente hostilidade pública. Embora a guerra contasse com apoio popular no seu primeiro ano, a oposição que era uma minoria no início da guerra, passou a ser a maioria entre 2003 e 2007. Estudiosos concluíram que a opinião pública estabelece limites básicos na política externa. Richard Sobel, especialista em opinião pública, afirma que, embora a opinião pública imponha restrições, ela não determina a política de intervenção americana no exterior. Ele explica que as atitudes do público definem os limites dentro dos quais os formuladores de políticas podem atuar (DiMaggio, 2015).

Gráfico 2 - Como está indo a Guerra do Iraque?



Fonte: Dados adaptados de Pew Research Center. (2008). Public Attitudes Toward the War in Iraq: 2003-2008. Recuperado de <https://www.pewresearch.org/politics/2008/03/19/public-attitudes-toward-the-war-in-iraq-20032008/>.

Durante a ocupação do Iraque, a oposição pública aumentou significativamente entre 2005 e 2007. O Gráfico 2 mostra que, em março de 2006, 51% dos americanos acreditavam que a Guerra do Iraque já não estava indo bem, alcançando o pico de 54% em 2007.

O presidente Bush reconheceu que o apoio público à guerra diminuiria se o conflito fosse longo e prolongado, como aconteceu no Vietnã. No entanto, ele ignorou a oposição pública à guerra e, em 2007, enviou dezenas de milhares de tropas ao Iraque, desconsiderando a opinião majoritária que esperava um cronograma para a retirada (DiMaggio, 2015).

Nessa linha, Miller (2014) argumenta que conforme a guerra no Iraque se prolongava e a solução desejada não era alcançada, a perda de confiança nos governos de George W. Bush e Tony Blair tornavam-se mais evidente. A revelação de que as alegações sobre ADM eram infundadas minou a credibilidade dos líderes, tanto nacional quanto internacionalmente.

A realidade das motivações e falhas da guerra começaram a emergir. Investigações e uma cobertura mais crítica destacaram as discrepâncias entre as

justificativas oficiais e a realidade no terreno, causando uma erosão na confiança pública (Rampton; Stauber, 2003).

Imagens reveladas no canal de TV CBS News⁶, que mostravam prisioneiros iraquianos nus amontoados em uma pirâmide, forçados a simular atos sexuais por militares americanos e a fazer poses humilhantes, reforçaram a dissidência pública com a guerra. Esse episódio ficou conhecido como o escândalo de Abu Ghraib (DiMaggio, 2015).

Conforme observado por DiMaggio (2015), os seguintes fatores contribuíram para a perda da opinião pública na investida no Iraque: preocupações com as baixas militares, a percepção de falta de progresso, a preocupação com as baixas civis e a falta de moralidade da guerra.

Durante a guerra, a oposição pública precedeu a oposição partidária, com a maioria dos americanos exigindo a retirada antes que os democratas no Congresso o fizessem. A percepção de que a guerra era um atoleiro, a consciência sobre as baixas e a crença de que o conflito era imoral foram influências significativas nas atitudes contra a guerra (DiMaggio, 2015).

Movimentos antiguerra cresceram em tamanho e influência, organizando grandes manifestações e ganhando visibilidade na mídia. A mídia alternativa⁷ e várias organizações de direitos humanos começaram a documentar e expor as consequências humanitárias da guerra, contribuindo para um crescente sentimento de que a invasão havia sido um erro trágico. Essa crescente conscientização pública sobre os custos humanos e morais da guerra levou a uma pressão crescente sobre os governos para reavaliar suas posturas e, eventualmente, iniciar o processo de retirada das tropas (Miller, 2004).

Durante e após a invasão, a mídia alternativa emergiu como uma fonte de informação e análise crítica. Sites de notícias independentes, blogs e organizações de direitos humanos desempenharam um serviço importante ao fornecer relatos

⁶ BBC. 'Tinha ódio de mim mesmo pelo que acontecia ali', relata soldado americano que trabalhou na prisão iraquiana de Abu Ghraib. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-44205563>. Acesso em: 28 jun. 2024.

⁷ Não foi possível encontrar uma fonte formal para a definição do que seria mídia alternativa, para esse estudo mídia alternativa se refere a formas de mídia que diferem significativamente das mídias estabelecidas ou tradicionais em termos de conteúdo, produção e distribuição. São mídias que frequentemente surgem de movimentos de base e são orientadas para comunidades ou ideologias específicas.

diferentes dos apresentados pelas mídias tradicionais e expor as falácias da narrativa oficial. Plataformas como a *Indymedia* e iniciativas como o *Iraq Body Count* ofereceram perspectivas que muitas vezes eram negligenciadas ou suprimidas pela mídia tradicional (Miller, 2004).

A proliferação de mídias sociais e plataformas digitais também permitiu que vozes dissidentes e relatos de testemunhas oculares alcançassem um público global, indo de encontro as versões oficiais dos eventos. A crescente demanda por essas fontes refletiu uma desconfiança crescente na mídia convencional e um desejo por informações mais transparentes e precisas (Miller, 2004).

4.2 CONSEQUÊNCIAS POLÍTICAS DA COBERTURA MIDIÁTICA

A impopularidade da guerra também teve repercussões nas eleições. Em 2006, a oposição à guerra contribuiu para uma vitória democrata nas eleições de meio de mandato, resultando em uma maioria democrata no legislativo americano que pressionava por um cronograma de retirada. Além disso, a presidência de George W. Bush terminou com um dos índices de aprovação mais baixos da história moderna dos EUA, refletindo a profunda insatisfação pública com a condução da guerra (DiMaggio, 2015).

Tabela 1 - Percepção Americana em relação à Guerra do Iraque (2003-2007).

Percepção (%)	2003	2004	2005	2006	2007
A decisão de usar força militar foi correta	73	55	47	36	33
A decisão de usar força militar foi errada	23	39	45	54	56
Esforços militares indo bem	71	56	44	37	34
Esforços militares não indo bem	22	40	52	58	61
Favor de retirada imediata das tropas	-	-	35	50	54
Contra retirada imediata das tropas	-	-	55	44	43
A guerra ajuda na luta contra o terrorismo	59	50	43	40	37
A guerra prejudica a luta contra o terrorismo	28	36	41	45	47

Fonte: Dados adaptados de PEW RESEARCH CENTER. Pessimism Grows As Iraq War Enters Fourth Year. Disponível em: <<https://www.pewresearch.org/politics/2007/03/15/pessimism-grows-as-iraq-war-enters-fourth-year/>>. Acesso em: 28 jun. 2024.

A tabela 1 ilustra como a opinião pública americana em relação à guerra do Iraque evoluiu de 2003 a 2007. Em 2003, no início do conflito, uma maioria significativa (73%) acreditava que a decisão de usar força militar era correta. No entanto, esse apoio diminuiu drasticamente ao longo dos anos, caindo para 33% em

2007. Ao mesmo tempo, a percepção de que os esforços militares não estavam indo bem aumentou de 22% em 2003 para 61% em 2007. A insatisfação crescente também se refletiu no apoio à retirada das tropas, com 54% dos americanos apoiando a retirada imediata em 2007. A maioria também passou a acreditar que a guerra prejudicava a luta contra o terrorismo, com a porcentagem aumentando de 28% em 2003 para 47% em 2007. Esses dados mostram como a insatisfação com a guerra do Iraque influenciou fortemente o humor público e as decisões eleitorais.

De acordo com DiMaggio (2015), o sucessor de Bush, Barack Obama, capitalizou essa insatisfação prometendo acabar com a guerra, o que ajudou a impulsioná-lo à vitória nas eleições presidenciais de 2008.

Conforme a guerra se desenrolava, ficou evidente que muitas das alegações iniciais feitas pelos invasores eram infundadas. Investigações independentes e reportagens revelaram que as informações haviam sido aumentadas ou manipuladas para justificar a guerra. Isso resultou numa crescente desconfiança da opinião pública internacional (Miller, 2004).

De acordo com Rampton e Stauber (2003), a credibilidade dos meios de comunicação também sofreu, à medida que ficou claro que muitos veículos de imprensa haviam atuado mais como amplificadores das mensagens governamentais do que como críticos independentes.

A revelação de que os governos dos EUA e do Reino Unido haviam manipulado informações de inteligência para justificar a invasão impactou negativamente a opinião pública. O escândalo de Abu Ghraib, em particular, chocou o mundo e gerou uma onda de indignação, tanto interna quanto internacionalmente. Essas revelações destacaram a discrepância entre as justificativas morais apresentadas pelos governos e as ações reais no terreno, minando ainda mais o apoio público à guerra (Miller, 2004).

Conforme destacou DiMaggio (2015), nos EUA, a vitória dos democratas nas eleições de meio de mandato de 2006, forçou a administração Bush a reconsiderar suas políticas e contribuiu para a implementação de um cronograma para a retirada das tropas americanas até o final de 2011.

No Reino Unido, Tony Blair enfrentou crescente pressão dentro do Partido Trabalhista e de aliados políticos, o que eventualmente contribuiu para sua decisão de renunciar ao cargo de primeiro-ministro em 2007 (Miller, 2004).

Embora a alta cúpula militar dos EUA tendesse à extensão de sua presença sem uma data definida para a retirada, a pressão pública passou a forçar a administração a comprometer-se com um plano para a remoção das tropas do Iraque (DiMaggio, 2015).

As consequências a longo prazo da invasão foram vastas e complexas. A destruição da infraestrutura iraquiana, a perda de vidas e a instabilidade política resultaram em um cenário caótico que facilitou o surgimento de grupos extremistas, como o Estado Islâmico. A guerra também teve implicações duradouras para a política externa dos EUA, destacando os limites do poder militar unilateral e a importância da diplomacia e da cooperação internacional (Miller, 2004).

4.3 CONCLUSÕES PARCIAIS

A invasão do Iraque em 2003 e a cobertura jornalística que se seguiu mostraram como a mídia pode ser usada para influenciar a opinião pública em favor de ações militares. O governo Bush utilizou os meios de comunicação para aumentar a percepção de ameaças iminentes e justificar a necessidade de intervenção militar, fundamentando-se em alegações falsas sobre ADM. No começo, essa estratégia funcionou bem, gerando apoio para a guerra entre os americanos, como mostram os dados de opinião pública daquela época.

No entanto, à medida que a guerra se prolongava e as alegações iniciais se mostravam falsas, a opinião pública começou a mudar sensivelmente. A cobertura da mídia passou a ser mais crítica e as revelações sobre a inexistência das ADM abalaram a credibilidade do governo e dos meios de comunicação que haviam apoiado a guerra.

A queda acentuada nos índices de apoio ao conflito, aumentou a pressão sobre o governo Bush para iniciar a retirada das tropas daquele país, demonstrando a influência da opinião pública na política externa, apesar de ela não determinar diretamente as decisões governamentais.

De acordo com a teoria apresentada no capítulo dois, as fragilidades do uso da mídia para moldar a opinião pública estão diretamente ligadas à necessidade de aderência aos fatos e à resistência natural das pessoas contra manipulações percebidas. A desconexão entre os fatos apresentados ao longo do conflito e a narrativa construída para obter o apoio da opinião pública resultou na insatisfação internacional com a guerra, contribuindo para a vitória dos democratas nas eleições de meio de mandato de 2006 nos EUA. Esse fato demonstra a conformidade deste capítulo com a teoria.

5 COMPARAÇÃO DO PAPEL DA MÍDIA - VIETNÃ x IRAQUE

A mídia de massa, em diferentes períodos históricos, exerceu uma influência significativa sobre a opinião pública e as decisões políticas durante conflitos armados. Neste capítulo, iremos comparar a atuação da mídia durante a Guerra do Vietnã e a invasão do Iraque, destacando similaridades e diferenças na forma como a mídia influenciou a opinião pública e as consequências políticas resultantes. Essa análise é fundamental para entender o papel da ComSoc em contextos de guerra e suas implicações para a política externa.

5.1 INFLUÊNCIA NA OPINIÃO PÚBLICA

Em ambas as guerras, a mídia foi fundamental para moldar a opinião pública, transformando percepções e influenciando o apoio ou a oposição às ações militares. Tanto na Guerra do Vietnã quanto na invasão do Iraque, a cobertura inicial foi alinhada com as narrativas oficiais dos governos, promovendo uma visão positiva das intervenções militares. Entretanto, conforme os conflitos se prolongavam e novas informações emergiam, a mídia começou a adotar uma postura mais crítica, o que ocasionou uma mudança no apoio da opinião pública.

Durante os primeiros anos da Guerra do Vietnã, conforme discutido no capítulo três, a cobertura jornalística retratava a intervenção americana como uma nobre cruzada contra o comunismo, com os soldados dos EUA personificando a defesa dos valores ocidentais, enquanto os comunistas eram vistos como a ameaça a ser combatida.

Fotos e relatos de militares americanos em combate, junto com notícias de vitórias, foram amplamente veiculados, projetando uma percepção de avanço e sucesso.

Entretanto, à medida que o conflito se prolongava e as perdas humanas aumentavam, a dura realidade da guerra começou a ser revelada ao público. As imagens de destruição, as histórias de soldados desiludidos e os relatos de atrocidades cometidas por ambos os lados começaram a dominar a cobertura jornalística, resultando em uma forte mudança na opinião pública americana (Hallin, 1986).

De acordo com o exposto, a opinião pública americana, que inicialmente apoiava a intervenção, começou a se voltar contra a guerra à medida que a cobertura jornalística passou a expor as duras realidades do conflito e seu impacto humano.

De forma similar, na invasão do Iraque, a mídia desempenhou um papel essencial na formação da opinião pública ao replicar as mensagens do governo Bush.

A administração Bush conduziu uma campanha de RP com a intenção de assegurar tanto o apoio doméstico quanto o internacional para uma intervenção militar no Iraque. Essa estratégia envolveu discursos, entrevistas coletivas e declarações de altos funcionários, focando na suposta ameaça das ADM iraquianas e na necessidade de desarmar Saddam Hussein para preservar a segurança global (DiMaggio, 2015).

Conforme abordado no capítulo quatro desta pesquisa, a mídia, por sua vez, replicou essas mensagens sem questionamentos, o que contribuiu para a percepção pública de uma ameaça iminente. Os principais veículos de comunicação, como a CNN, a Fox News e outros grandes jornais, dedicaram ampla cobertura às alegações do governo, reforçando a narrativa de que o Iraque possuía ADM prontas para serem usadas. Adicionalmente, vozes críticas eram marginalizadas, criando um cenário em que o debate público foi distorcido, favorecendo a aceitação de uma intervenção militar.

No entanto, com o tempo, a falta de evidências concretas sobre as ADM e as revelações de manipulação de informações pelo governo levaram a uma crescente oposição pública. A mídia começou a focar nos aspectos negativos da guerra, como os abusos cometidos pelos soldados americanos contra prisioneiros, a falta de progresso no conflito e as baixas civis, minando o apoio inicial à invasão.

Reportagens investigativas começaram a questionar a validade das alegações do governo, e a confiança pública na administração Bush começou a diminuir.

Isso levou a uma maior cobertura dos problemas da intervenção, incluindo a crescente insurgência iraquiana, os ataques a soldados americanos e os custos humanitários da guerra. Essa mudança midiática teve um impacto significativo na

opinião pública, levando a uma crescente oposição à guerra e pressionando o governo Bush a reavaliar suas estratégias.

5.2 CONTROLE DA INFORMAÇÃO

No início da Guerra do Vietnã, o governo dos EUA conseguiu exercer um controle favorável sobre as informações divulgadas ao público. Relatos de vitórias militares e avanços na luta contra o comunismo foram amplamente difundidos, enquanto aspectos negativos eram deliberadamente omitidos.

Porém, conforme a guerra se prolongava, os jornalistas começaram a questionar a narrativa oficial e a reportar de forma mais independente, expondo a verdadeira natureza do conflito.

De acordo com Hallin (1996), uma das razões principais pelas quais o governo americano não conseguiu mais controlar o fluxo de informações na Guerra do Vietnã foi a natureza inovadora e relativamente livre da cobertura jornalística durante o conflito. Os jornalistas tinham acesso direto ao campo de batalha e podiam relatar em tempo real, sem a censura governamental rígida que existia em guerras anteriores. Além disso, o advento da televisão trouxe fortes imagens da guerra para as salas de estar americanas, tornando difícil a missão do governo esconder a brutalidade e o custo humano do conflito.

Na invasão do Iraque, inicialmente, conforme apontado no capítulo quatro desta obra, a mídia replicou as mensagens criadas pelo governo Bush sem grandes questionamentos, o que reforçou a percepção pública da necessidade de uma intervenção imediata naquele país. No entanto, com o passar do tempo, esse apoio começou a se dissipar devido aos seguintes motivos:

I - Ausência de provas concretas sobre as ADM minou a credibilidade das alegações do governo. Relatórios e investigações independentes começaram a revelar que as informações sobre as ADM haviam sido exageradas ou manipuladas para justificar a guerra.

II - Jornalistas e veículos de mídia começaram a conduzir suas próprias investigações, questionando a validade das alegações do governo e expondo

discrepâncias encontradas. Isso levou a uma cobertura mais crítica e aprofundada sobre os verdadeiros motivos da guerra e as falhas na inteligência.

III - A divulgação de abusos cometidos por soldados americanos na prisão de Abu Ghraib teve um impacto devastador na opinião pública. As imagens de prisioneiros iraquianos sendo maltratados e torturados foram amplamente divulgadas pela mídia, gerando indignação e minando ainda mais o apoio à guerra.

IV - Conforme a insurgência iraquiana crescia e o conflito se prolongava sem sinais de resolução, a mídia começou a destacar a falta de progresso e os custos humanos e financeiros da guerra. A cobertura passou a focar nas dificuldades enfrentadas pelas tropas americanas, nos ataques insurgentes e nas baixas civis.

V - A proliferação da internet e das mídias sociais permitiu que informações e relatos alternativos sobre a guerra se disseminassem rapidamente. Blogs, sites independentes e plataformas de mídia social forneceram perspectivas diferentes das apresentadas pelos principais veículos de comunicação, contribuindo para uma visão mais crítica e diversificada do conflito.

VI - Descontentamento interno, críticas de ex-funcionários do governo e militares que começaram a expressar publicamente suas críticas à condução da guerra e à manipulação de informações.

5.3 IMPACTO NO MORAL E NO APOIO INTERNO

A cobertura crítica da mídia em ambos os conflitos impactou o moral das tropas e a opinião pública interna.

A Ofensiva do Tet, durante a Guerra do Vietnã, marcou um ponto de virada na cobertura midiática, que passou a revelar a disparidade entre o que o governo divulgava e o que realmente ocorria no campo de batalha. Essa mudança provocou uma crescente desconfiança tanto entre as tropas quanto entre os cidadãos americanos em relação à narrativa oficial.

De forma similar, na invasão do Iraque, a cobertura crítica dos abusos em Abu Ghraib e da falta de progresso no conflito contribuiu para a crescente desconfiança pública. A mídia passou a divulgar mais sobre as dificuldades

enfrentadas pelas tropas e as consequências humanitárias da guerra, o que resultou em uma queda no moral das tropas e no apoio público à intervenção.

As imagens de prisioneiros iraquianos sendo abusados por soldados americanos, por exemplo, chocaram o mundo e tiveram um impacto negativo na opinião pública, aumentando a oposição à guerra.

5.4 CONSEQUÊNCIAS POLÍTICAS

Conforme discutido no capítulo três desta pesquisa, a cobertura jornalística após a Ofensiva do Tet influenciou a decisão do presidente Johnson de não se candidatar à reeleição e contribuiu para a subsequente retirada das tropas americanas. As reportagens críticas abalaram a confiança do público na liderança política e militar, intensificando a pressão por um fim ao conflito.

Na invasão do Iraque, as críticas midiáticas tiveram um grande impacto na vitória dos democratas nas eleições de meio de mandato de 2006 e pressionou o governo Bush a iniciar a retirada das tropas.

As revelações de que as alegações sobre ADM eram infundadas minaram a credibilidade do governo e levaram a uma mudança significativa na opinião pública.

Percebendo a crescente insatisfação popular, o então candidato à presidência dos EUA, Barack Obama, habilmente prometeu pôr fim à guerra, o que contribuiu para impulsionar sua vitória nas eleições presidenciais de 2008 (DiMaggio, 2015).

5.5 CONCLUSÕES PARCIAIS

A comparação entre a Guerra do Vietnã e a invasão do Iraque nos mostra tanto as similaridades quanto as diferenças do papel da mídia em influenciar a opinião pública e suas consequências políticas.

No Vietnã, a mídia iniciou com uma narrativa de apoio à guerra. No entanto, conforme o conflito se prolongava e os jornalistas obtinham mais acesso ao campo de batalha, a cobertura começou a mudar. Essa transformação ocorreu de forma gradual e reativa, à medida que as realidades do conflito se tornavam inegáveis. A

crítica da mídia intensificou-se conforme a guerra avançava, contribuindo sobremaneira para a mudança da opinião pública e o desgaste do apoio à guerra.

No caso do Iraque, a mídia inicialmente reproduziu as mensagens do governo, com pouco questionamento das justificativas para a guerra. A mudança para uma postura mais crítica só ocorreu mais tarde, quando as alegações sobre as ADM foram desmentidas e escândalos como o de Abu Ghraib vieram à tona. Nessa guerra, a mudança na postura da mídia foi mais tardia e ocorreu em resposta direta a novos fatos e revelações, em vez de surgir de uma exposição prolongada ao conflito. Inicialmente, a mídia contribuiu para construir a narrativa do governo, mas só mais tarde passou a questioná-la, o que diferencia a forma e o tempo de reação em comparação ao Vietnã.

Em ambos os casos, a mídia impactou a percepção pública e as decisões governamentais, embora as estratégias e a eficácia do controle de informações tenham variado.

A compreensão dessas dinâmicas é importante para analisar o poder da mídia em contextos de conflitos armados e suas implicações para a política externa. As lições aprendidas com essas guerras podem ajudar a formular estratégias mais eficazes de ComSoc em futuros conflitos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo analisou o papel da ComSoc na formação da opinião pública durante a Guerra do Vietnã e a Invasão do Iraque, com foco em como a mídia influenciou percepções e decisões políticas.

Por intermédio de uma abordagem comparativa, foi possível observar tanto as similaridades quanto as diferenças na maneira como a mídia moldou o entendimento público sobre esses conflitos.

Durante a Guerra do Vietnã, a mídia inicialmente apoiou a narrativa governamental, retratando a intervenção americana como uma luta justa contra o comunismo. No entanto, à medida que o conflito se prolongava e as baixas aumentavam, a mídia começou a expor a realidade da guerra, incluindo imagens fortes de combates e atrocidades.

A cobertura crítica, especialmente após a Ofensiva do Tet, contestou a narrativa oficial, resultando em uma crescente oposição pública à guerra. Essa mudança na opinião pública teve importantes impactos no EUA, culminando na decisão do presidente Johnson de não buscar a reeleição e na eventual retirada das tropas americanas.

Na Invasão do Iraque, a administração Bush utilizou de maneira eficaz a mídia para disseminar a ideia de que o Iraque possuía ADM, justificando a necessidade de intervenção militar. Inicialmente, essa estratégia foi bem-sucedida, obtendo amplo apoio da opinião pública. No entanto, a ausência de provas concretas sobre as ADM e a revelação dos abusos em Abu Ghraib minaram a credibilidade do governo e da mídia que havia apoiado a guerra. A opinião pública começou a se voltar contra o conflito, resultando em pressão política para a retirada das tropas e contribuindo para a vitória dos democratas nas eleições de meio de mandato de 2006.

A pesquisa confirmou que a cobertura midiática pode influenciar a opinião pública a ponto de afetar o engajamento militar em conflitos armados. Em ambos os casos estudados, a mídia foi um meio importante da ComSoc na formação das percepções públicas sobre a guerra, influenciando diretamente as decisões políticas.

A cobertura inicial favorável se transformou em uma cobertura crítica à medida que os conflitos se prolongavam e as realidades eram expostas, levando a

uma mudança na opinião pública que pressionou os governos a reavaliar suas ações militares.

A pesquisa também destaca a necessidade de transparência e precisão nas comunicações governamentais para manter a confiança pública e a preservação da imagem institucional. A manipulação da mídia para fins de propaganda pode ter efeitos adversos a longo prazo, minando a credibilidade das instituições governamentais e da própria mídia.

Futuras pesquisas poderiam explorar o impacto das redes sociais modernas na formação da opinião pública durante conflitos armados, principalmente na guerra iniciada na Ucrânia no ano de 2022 e a ofensiva de Israel contra o Hamas em 2023. A proliferação de plataformas digitais e a velocidade com que as informações são disseminadas representam um novo desafio para o controle da narrativa governamental. Além disso, estudos comparativos entre diferentes tipos de regimes políticos e suas estratégias de comunicação durante guerras poderiam fornecer conhecimentos relevantes sobre as dinâmicas entre mídia, opinião pública e políticas governamentais.

De acordo com o que foi exposto, verificou-se que a mídia exerce uma influência poderosa sobre a opinião pública, e sua capacidade de moldar percepções e decisões políticas é um aspecto a ser considerado em contextos de conflito armado. A compreensão dessas dinâmicas é relevante para formular estratégias de comunicação que equilibrem a necessidade de informar o público com a responsabilidade de manter a integridade das operações militares e a segurança nacional.

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.
- ALDÉ, Alessandra. **A Mídia e a Guerra do Iraque**. Revista Marítima Brasileira, Rio de Janeiro, v. 125, p. 57-68, jan./mar. 2005.
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge**. London: Penguin Books, 1991.
- BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é Comunicação**. 1. ed., 37. reimpr. São Paulo: Brasiliense, 2013.
- BRASIL. Estado-Maior da Armada. **EMA-860 Manual de Comunicação Social da Marinha**, 2ª Rev., Brasília, 2021.
- CERVI, Emerson Urizzi. **Democracia e Opinião Pública no Século XXI: das promessas não cumpridas pela universalização da participação à disfuncionalidade das instituições políticas para os novos públicos**. 1. ed. São Paulo: Edições 70, 2023.
- CHARAUDEAU, Patrick. **A Conquista da Opinião Pública: como o discurso manipula as escolhas políticas**. Tradução: Ângela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2016. Título original: *La conquête de l'opinion publique: Comment le discours manipule les choix politiques*.
- DIMAGGIO, Anthony R. **Selling War, Selling Hope: Presidential Rhetoric, the News Media, and U.S. Foreign Policy since 9/11**. Albany: State University of New York Press, 2016.
- HANSON, V. D. **The Meaning of Tet**. In J. H. Willbanks (Ed.), **The Vietnam War**. Routledge, pp. 258-263, 2006.
- HALLIN, Daniel C. **The Uncensored War: The Media and the Vietnam War**. Berkeley: University of California Press, 1986.
- HERMAN, Edward S.; CHOMSKY, Noam. **Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media**. Introduction by Edward S. Herman and Noam Chomsky, 1988. Afterword by Edward S. Herman, 2002. 1. ed. Great Britain: The Bodley Head, 2008.
- HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. 1. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
- JUVENAL. **Sátiras**. Tradução de Cláudia Belmonte. São Paulo: Editora 34, 2017.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Tradução: Jacques A. Wainberg. Rio de Janeiro: Vozes, 2008. Título original: Public Opinion.

MAGNOLI, Demétrio (Org.). **História das Guerras**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2009.

MCCOMBS, Maxwell. **Estableciendo la Agenda: El impacto de los médios em la opinião pública y em el conocimiento**. Tradução: Òscar Fontrodona. Barcelona, Buenos Aires e México: Paidós, 2006. Título original: Setting the Agenda.

MILLER, David. **Tell Me Lies: Propaganda and Media Distortion in the Attack on Iraq**. London: Pluto Press, 2004.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. **A espiral do silêncio: opinião pública: nosso tecido social**. 1. ed. Tradução: Cristian Derosa. Santa Catarina: Estudos Nacionais, 2017. Título original: Die Schweigespirale.

NOVELLI, Ana Lucia Romero. **Opinião Pública, Mídia e Política: o Congresso Nacional e a Sociedade Brasileira no final dos anos 90**. 1. ed. Brasília: Ed. da Autora, 2020.

RAMPTON, Sheldon; STAUBER, John. **Weapons of Mass Deception: The Uses of Propaganda in Bush's War on Iraq**. New York: Jeremy P. Tarcher/Penguin, 2003.

SOUSA, Claudio Guimarães. **As Forças Armadas e a Mídia nos Conflitos Armados: uma abordagem integrada. 2008**. Monografia (Curso de Estado-Maior para Oficiais Superiores) – Escola de Guerra Naval, Rio de Janeiro, 2008.

SPRINGER, Claudia. **Military Propaganda: Defense Department Films from World War II and Vietnam**. In: LEVENTMAN, Seymour (Ed.). *Wartime Films of the Defense Department: Propaganda or Truth?* New York: New Press, 1991, p. 95-114.

WILLBANKS, J. H. **The Vietnam War**. Routledge, pp. 140-145, 2006.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 5. ed. Tradução: Maria Jorge Vilar de Figueiredo. Lisboa: Presença, Lda, 1999. Título original: *Teorie delle Comunicazioni di Massa*.