

ESCOLA DE GUERRA NAVAL

CC ANDRÉ GUSTAVO SILVEIRA GUIMARÃES

A MÍDIA E A OPINIÃO PÚBLICA NOS CONFLITOS:
do Vietnã ao Iraque, uma perspectiva estadunidense

Rio de Janeiro

2012

CC ANDRÉ GUSTAVO SILVEIRA GUIMARÃES

A MÍDIA E A OPINIÃO PÚBLICA NOS CONFLITOS:
do Vietnã ao Iraque, uma perspectiva estadunidense

Monografia apresentada à Escola de Guerra Naval,
como requisito parcial para a conclusão do Curso de
Estado-Maior para Oficiais Superiores.
Orientador: Professor Albertino de Jesus Pereira

Rio de Janeiro
Escola de Guerra Naval

2012

RESUMO

Da mídia e sua influência na sociedade sobrevém um importante papel na condução do povo aos objetivos militares e políticos dos Estados. A abordagem jornalística da atuação dos principais veículos da mídia de massa durante as crises bélicas e a evolução tecnológica desses meios de comunicação formam um arcabouço teórico de grande valia para a preparação daqueles que buscam um elevado grau de profissionalismo nas relações com a mídia. A crescente capacidade de transmissão de imagens em tempo real eleva a mídia de massa a um nível de poder sem paralelo na história, com enorme potencial de penetração e influência sobre a opinião pública. Durante o seu envolvimento nas disputas no Oriente Médio, os Estados Unidos da América conviveram com os fantasmas do Vietnã onde a atuação da mídia teve papel decisivo concorrendo para uma derrota inesperada. A partir de então, buscaram readaptar-se aos novos tempos onde as guerras tornaram-se eventos midiáticos que podem ser acompanhados, e criticados, dos lares das famílias estadunidenses. O período que compreendeu o conflito na Indochina (1964-1975) e as Guerras do Golfo (1991) e do Iraque (2003) atestam as transformações nas relações entre o poder político e a mídia de massa na tentativa de conquistar os corações e mentes do povo.

Palavras chave: mídia, opinião pública, guerra, conflitos, comunicação, mídia de massa, povo, Estados Unidos da América, Vietnã e Iraque.

SUMÁRIO

| | | |
|----------|--|----|
| 1 | INTRODUÇÃO | 4 |
| 2 | A MÍDIA E A OPINIÃO PÚBLICA | 6 |
| 2.1 | A mídia de massa e os veículos de comunicação..... | 6 |
| 2.2 | Opinião pública e conflito..... | 10 |
| 2.3 | Mídia e algumas conclusões..... | 13 |
| 3 | DO VIETNÃ AO IRAQUE | 17 |
| 3.1 | A mídia e a Síndrome do Vietnã..... | 17 |
| 3.2 | A 1ª Guerra do Golfo e o efeito CNN..... | 20 |
| 3.3 | De Bagdá a Nova Iorque..... | 24 |
| 3.4 | Iraque: missão cumprida? | 27 |
| 4 | CONCLUSÃO | 31 |
| | REFERÊNCIAS | 33 |

INTRODUÇÃO

Quando um Estado se envolve em uma guerra, duas frentes de batalha são imediatamente abertas: a que ocorre diretamente no local de disputa, travada principalmente pelos militares e outra, que sobrevém na retaguarda, retratando as interações entre o poder político e a mídia na veiculação de fatos que possam legitimar as ações armadas e assim conquistar o apoio da opinião pública doméstica e internacional.

Para manter o apoio popular na busca da realização dos objetivos políticos traçados pela liderança nacional, é imperativa a correta exploração dos recursos de informação disponíveis. Neste cenário, a mídia de massa¹, por meio de seus veículos de comunicação, surge como a arma decisiva para a condução das expectativas e anseios do povo a um encontro profícuo com os interesses políticos dos Estados.

A divulgação pela imprensa livre dos fatos que compõem a versão que o Estado pretende transmitir à sociedade durante um conflito faz parte do seu esforço de guerra. A relação que concorre para este propósito durante uma situação de crise internacional se dá entre as autoridades políticas, a sociedade e meios de comunicação de massa como a mídia impressa, o cinema, a televisão, o rádio e, mais recentemente, a internet².

No entanto, o desenvolvimento de novas tecnologias de captação, transmissão e veiculação de conteúdo ampliaram, na sociedade, o espectro de penetração das notícias. A operação de complexas redes de comunicação são características importantes da sociedade da informação³ e os novos meios de comunicação que surgiram juntamente com elas afetaram sobremaneira a atividade militar.

¹ O termo mídia de massa refere-se aos meios organizados de comunicação aberta e à distância com muitos receptores dentro de um curto espaço de tempo (MCQUAIL, 2000, p. 17).

² O termo internet presente ao longo do trabalho congregará, apesar de algumas especificidades, outros substantivos utilizados para qualificarem toda uma gama de tecnologias digitais, como por exemplo: world wide web (WWW), mídia 2.0, redes sociais e comunicação mediada por computadores (CMC).

³ Termo utilizado na comunicação social para descrever a sociedade contemporânea em termos do que é pensado para ser a sua força motriz ou fonte de poder produtivo, ou seja, as informações de todos os tipos (McQuail, 2000, p. 497).

A natureza da relação entre a mídia de massa e a sociedade depende das circunstâncias do tempo e do lugar. Tendo como base a historiografia dos Estados Unidos da América (EUA) onde a mídia teve papel destacado, a natureza do processo de comunicação pretendida nesse trabalho será a da abordagem jornalística⁴, com ênfase para a atuação dos veículos de massa nos conflitos⁵.

O propósito deste trabalho, resultado de pesquisas bibliográfica e documental, é demonstrar que numa situação de guerra os Estados procuram influenciar a opinião pública utilizando os veículos de comunicação de massa, respondendo aos seguintes questionamentos: A mídia pode influenciar a opinião pública doméstica e internacional em um conflito? Quais os impactos causados pelas evoluções tecnológicas dos meios de comunicação nas guerras?

Para tal, além desta introdução, o trabalho está dividido em dois capítulos e uma conclusão.

No primeiro capítulo, primeiramente será desenvolvido o arcabouço teórico que fundamenta a atuação da mídia de massa e dos seus principais veículos de comunicação. A partir deste enquadramento, será exposta a capacidade midiática de penetração na sociedade moderna em relação à evolução tecnológica dos meios de comunicação, bem como características da relação entre a mídia e a opinião pública nos conflitos.

O capítulo seguinte abordará a atuação da mídia estadunidense em eventos bélicos significantes de acordo com o propósito do trabalho, desde o Vietnã até a Guerra do Iraque. Procurar-se-á demonstrar se a utilização dos veículos de comunicação de massa foi determinante e se concorreram para influenciar a opinião pública doméstica e internacional.

Finalmente, será apresentada uma conclusão mencionando as principais reflexões sobre o papel da mídia de massa como arma de convencimento nas guerras.

⁴ Os outros importantes segmentos do campo da comunicação social, relações públicas e a propaganda, demandariam enquadramentos específicos.

⁵ Conflito: “Enfrentamento por choque intencional entre dois seres ou grupos da mesma espécie que manifestam uma intenção hostil para manter, afirmar ou restabelecer o direito, eventualmente pelo uso da força.” Sendo estes conflitos armados entre Estados o objeto do presente trabalho (FREUND, 1995, p. 58).

2 A MÍDIA E A OPINIÃO PÚBLICA

Atualmente, as notícias são transmitidas em tempo real e para todo o mundo, independentemente do veículo por onde trafegam. Podem chegar aos lares por jornais, revistas, televisão, computador, na forma de *sites* de notícias, *blogs* jornalísticos, ou mesmo na pequena tela dos telefones celulares, com a mídia de massa usando cada vez mais a tecnologia digital.

A informação, que atinge todo o planeta na velocidade da luz, condiciona o comportamento e o pensamento dos seres humanos. A sequência das invenções e aplicações diversas dos veículos de comunicação caracteriza uma verdadeira revolução e provocam mudanças sociais que, por sua vez, refletem na opinião pública de um Estado em guerra.

A sociedade civil exerce papel fundamental nas guerras, provendo, além dos militares para as Forças Armadas (FA), apoio no campo interno, influenciando o espírito e outros atributos morais que animam um exército, um chefe, um governo. As questões afetas ao apoio popular nos conflitos bélicos refletem na obra de dois grandes pensadores estratégicos: Sun Tzu (544 - 496 a.C.) e Carl von Clausewitz (1780-1831).

2.1 A mídia de massa e os veículos de comunicação

Os veículos de comunicação empregados pela humanidade ao longo da história evoluíram de acordo com o surgimento de novos inventos, favorecidos pelos aumentos da escala de produção de material e da velocidade de divulgação da informação. É notável o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, desde a Bíblia de Gutemberg (1455)⁶ até o advento da internet, em que a velocidade de propagação das comunicações digitais atingiu patamares até então inimagináveis (HERBERT, 2000).

⁶ Primeiro grande marco da evolução tecnológica na comunicação de massa, advinda da invenção da prensa mecânica de tipos móveis no séc. XV por Johannes Gutemberg (1398-1468), tida como a máquina precursora do jornalismo (HERBERT, 2000, p. 7).

A mídia impressa foi a primeira a atingir padrões universais a despeito das exigências de domínio da linguagem escrita, privilégio de poucos ao seu surgimento. Também foi a primeira a ingressar nos veículos de massa com a evolução dos jornais de prestígio⁷ para os periódicos comerciais, caracterizados pelo direcionamento aos interesses humanos mais leves, como o entretenimento, bem como, pelo aspecto sensacionalista, que privilegia os assuntos com forte conteúdo de violência, crimes e escândalos (MCQUAIL, 2000).

Embora os jornais e revistas venham desempenhando papel de destaque como veículos de massa desde o início do século XX, o fenômeno cunhado de “tabloidização”⁸ dos jornais comerciais contribui para a diminuição da análise crítica da opinião pública. Menos politizada, em virtude da popularização do conteúdo oferecido pelos tabloides, as massas estariam mais sujeitas a manipulação, aumentando o risco de confusão entre a realidade e a ficção, permitindo a disseminação de notícias falsas ou de fraca comprovação.

McQuail (2000) conclui que, para combater essa nociva tendência, a mídia impressa deve continuar a noticiar os conflitos com relativo grau de liberdade, em oposição à pressão dos interesses comerciais e dos governos e suas medidas reguladoras e de censura.

Desde a apresentação do cinematógrafo pelos irmãos Lumière (1895), o cinema⁹ continua sendo um expressivo veículo da mídia de massa que tem como principais características o uso da tecnologia audiovisual e formato universal que facilitam sua penetração social. Seu principal produto, os filmes são predominantemente uma narrativa ficcional e bastante sujeita ao controle social e à censura, podendo expressar pontos de vista e visões parciais de seus autores (MCQUAIL, 2000).

⁷ Também denominados jornais de elite devido a sua independência do Estado e dos interesses capitalistas, associados às principais instituições da vida política e social (MCQUAIL, 2000, p. 22).

⁸ Termo utilizado pelo autor para retratar o formato sensacionalista e comercial que domina os tabloides e que também afeta outros tipos de mídia como a televisão e a internet (MCQUAIL, 2000, p. 504, tradução nossa).

⁹ O cinema, inventado no final do século XIX, foi considerado um marco nas interações sociais ao trazer imagens gravadas para o grande público (MCQUAIL, 2000, p. 23-24).

Nos EUA, o governo visualizou que o cinema seria um excelente meio de propaganda e de massificação de pessoas e, em 1920, dentro do Pentágono¹⁰, criou um escritório para incentivar a atividade a favor de ações patrióticas. A iniciativa estadunidense foi replicada na Alemanha em 1930 e muito contribuiu para a disseminação dos ideais nazistas. Esse recurso passou a ser amplamente utilizado nos conflitos a partir da 2ª Guerra Mundial (1939-1945), sempre com forte penetração social (LUCAS, 2009).

Conclui-se pois que o cinema exerce grande influência sobre as massas. De outro modo é preciso observar sua fraqueza como veículo isento e imparcial, ao permitir que ideologias manipulem as imagens, alterando os fatos dentro de um conflito a partir de direções e enquadramentos parciais das cenas.

Já o rádio foi desenvolvido a partir do final do século XIX, passando a ter viés comercial a partir de meados dos anos 1920¹¹. Durante os conflitos, sempre teve papel de destaque, como na disputa pelo controle da opinião pública no Kosovo (1999), onde a maioria dos sérvios sintonizavam rádios contrárias ao Governo, que, ao serem impedidas de transmitir, passaram a veicular seu conteúdo na internet (NYE, 2009).

Como meio alternativo e relativamente simples de transmissão de informações em Estados menos desenvolvidos ou quando nos conflitos ocorrem interferências em veículos como jornais e televisão, o rádio continua sendo meio de comunicação muito importante.

A televisão (TV), cujo advento se deu por volta de 1950, tornou-se rapidamente uma força decisivamente penetrante na vida dos cidadãos, sendo este, até hoje, o veículo de mídia com maior alcance, audiência e popularidade. Com o desenvolvimento da transmissão via satélite nos anos 60, houve incremento significativo na velocidade de divulgação de eventos e de notícias, modificando a percepção das pessoas com relação às distâncias físicas entre os diferentes pontos do planeta (THOMPSON, 1998).

¹⁰ Centro do poder militar nos EUA, construído durante a 2ª Guerra Mundial para ser a sede do Departamento de Defesa e atacado por um dos quatro aviões suicidas em 11 de setembro de 2001.

¹¹ HERBERT, John. 2000, p. 7.

Para McQuail (2000), a TV e o rádio, embora possam ser considerados essencialmente meios de entretenimento, constituem as principais fontes de notícias e de informação para a população. São, portanto grandes responsáveis no processo de comunicação entre os políticos e os cidadãos, especialmente em eventos midiáticos¹² como eleições e guerras. Uma comprovação desse fato é o aumento do espaço ocupado pelos canais e rádios de notícias na mídia, favorecidos pela difusão dos sistemas digitais a cabo¹³.

A notável evolução dos veículos de comunicação de massa, consequência natural do intenso desenvolvimento tecnológico vivenciado a partir do século XX, vem influenciando os hábitos e os valores da sociedade por meio das rápidas mudanças que provocam. Por conseguinte, as guerras vêm se alterando à medida que se modificam os meios de comunicação de massa, não sendo mais igual ao que era antes do advento da TV e do rádio.

Segundo McQuail (2000), a tecnologia da comunicação é caracterizada por possuir local e ambiente próprios, com suas formas particulares de usos, de transferência de informações e de conteúdos, sendo apresentadas por meio dos veículos que a distinguem. A atual sociedade da informação está diretamente ligada à tecnologia que introduziu a digitalização e com ela a interatividade. Com a globalização houve crescimento e interconexão das redes de comunicação e a convergência dos canais de transmissão.

Nos anos 1980, a digitalização da informação trouxe a convergência de texto, som e imagem. Mais recentemente, com a evolução dos meios digitais, o termo convergência adquiriu novo significado ao permitir que os diversos veículos da mídia de massa trafeguem pelos canais digitais. A multimídia trouxe dispositivos multifuncionais que permitem o acesso aos conteúdos do cinema, de jornais e revistas, do rádio e do telefone com a capacidade de processamento dos computadores ultrarrápidos (HERBERT, 2000).

¹² Relacionados à mídia, com grande potencial de atração da atenção da audiência (disponível em <<http://aulete.uol.com.br/site.php>>, acesso em jun 2012).

¹³ Apesar de não serem incluídos como formas abertas de telecomunicação os canais a cabo gozam de grande penetração social o que os qualifica como veículos da mídia de massa.

A internet surgiu no final do século XX e começou a despontar como veículo de comunicação de massa, trazendo mudanças no modo de vida da população e de percepção da opinião pública. Associada a evolução digital que muito facilitou a troca de informações, a interligação entre dispositivos multimídia como computadores, *tablets*, telefones celulares, TV digitais, é possível uma disseminação mais ampla das notícias, tal qual se constitui numa fonte inesgotável de pesquisa de conhecimentos variados.

Sobre a convergência digital gerada como consequência da internet, Herbert (2000), ilustra que esse tipo de integração dos veículos de comunicação pode ser verificado no cinema, cujos produtos são transmitidos através de vários tipos de televisores, redes telefônicas, mídias gravadas e da própria internet. Outro exemplo disso é a crescente disponibilidade do conteúdo da mídia impressa na internet com o consequente fim das antigas fronteiras entre os diversos canais, através da convergência da tecnologia baseada na digitalização dos processos de comunicação de massa.

A evolução tecnológica teve ação direta sobre o modo de agir dos Estados, dos militares e dos cidadãos, além de alterar a percepção sobre o conteúdo das notícias por parte da opinião pública durante períodos de conflito. A convergência digital, por permitir maior troca de informações, tem potencial para provocar muitas mudanças no maneira com que a mídia interage com a sociedade.

2.2 Opinião pública e conflito

Sun Tzu elencou cinco fatores que levariam à vitória, dentre esses, o primeiro seria a influência moral ou o *Tao*¹⁴, que “torna o povo plenamente conforme a seu governante. Assim, morrerá com ele, viverá com ele e não temerá o perigo”.

¹⁴ Também conhecido como “o caminho”, que considerava essencial a existência de harmonia entre o pensamento do povo e de seus dirigentes (SUN TZU, 2002, p. 50).

Sem a influência moral não haveria exército em condições de suportar os pesados custos da guerra, as mortes, as decepções, o empobrecimento e a fome. A população estaria sujeita à mudança de humores conforme a percepção do andamento dos resultados dos engajamentos e, ao negar seu apoio tornaria o governo vulnerável e os soldados perderiam sua coesão (TZU, 2002, p.50).

Mais de dois mil anos após as observações de Sun Tzu, ao final dos conflitos napoleônicos (1814), a guerra passou a ser interpretada por Clausewitz como um fenômeno composto por uma trindade: a violência (impulso cego, ódio), o jogo das probabilidades e do acaso e, finalmente, a razão.

Esses elementos foram associados ao que ele considerava os pontos bases da teoria da guerra: sendo o primeiro o povo, o segundo as forças armadas e o terceiro o governo. Essa inter-relação mostra-se sólida e atual nos conflitos analisados (CLAUSEWITZ, 1976).

Um dos pontos convergentes e mais significativos nos argumentos de ambos os estrategistas é a concordância sobre o valor do povo e das forças morais num conflito militar. Os objetivos nacionais determinados pelo governo resultam no emprego do poder militar, que é uma extensão da política nacional (MCNEILLY, 2004).

Assim, a razão, o terceiro elemento da trindade, é a principal responsável pela subordinação do emprego da violência à política. A guerra, sendo uma das maneiras para equacionar os interesses conflitantes dos Estados, não pode ser isolada do seu propósito político, restando, nesse sentido, a comprovação de uma continuação lógica entre os dois argumentos.

A história do conceito de opinião pública coincide com a formação do Estado moderno que, com o monopólio do poder, privou a sociedade corporativa de todo o caráter político. O indivíduo ficou restrito ao exercício moral, enquanto a esfera pública ou política foi inteiramente ocupada pelo Estado. O entendimento do processo de formação da opinião

pessoal e os diversos fatores de sua influência facilitam a compreensão acerca do processo de formação da opinião pública (BOBBIO, 1999).

A existência da opinião pública é um fenômeno da época moderna e que pressupõe uma sociedade civil distinta do Estado, livre e articulada, em que existam centros que permitam a formação de opiniões não individuais como os representados pelos veículos de massa. A mídia globalizada exerce fundamentalmente este papel ao permitir que as informações circulem nesses grupos interessados em controlar a política do Governo, mesmo que não desenvolva uma atividade política imediata (BOBBIO, 1999).

Bonanate (2000) refletiu assim os efeitos da globalização sobre a opinião pública, após a Guerra Fria (1947-1989):

Há apenas poucos anos o mundo parece ter se tornado um só; cada terra é um Estado e mantém relações com quase todos os outros do planeta; antes, havia-se disseminado uma cultura difusa da paz, inicialmente induzida pelo temor da guerra nuclear, e depois transformada em elementos precoces de uma verdadeira opinião pública internacional pacífica, que deu enfim mil provas da sua consistência, tanto nos Estados quanto na vida política e social (BONANATE, 2000, p.167).

Essa visão otimista seria abalada pela escalada do terrorismo global, cujos objetivos não eram as pessoas, mas sim os símbolos que representavam os alvos daquela manhã de 11 de setembro de 2001. O fato de o atentado ser mais um mero subproduto da difusão de uma mensagem, do que a realização de um massacre propriamente dito, é o que torna enlouquecedor seu exercício de reflexão (BONANATE, 2000).

Outras características relevantes da opinião pública merecem destaque: não é unânime; está em contínuo processo de formação e em direção a um consenso completo, sem nunca alcançá-lo; nem sempre representa a posição da maioria, embora represente mosaico da sociedade (BARBOSA, 2002).

A mídia de massa depende fortemente dos meios de comunicação para exercer pressão sobre líderes políticos e cidadãos, sendo considerada a expressão mais fiel dos valores de uma sociedade. Essa imprensa livre e pluralista é encontrada onde quer que exista liberdade

de pensamento e de expressão, além de considerável variedade de órgãos de informação autônomos ou não controlados pelo poder político (CASTANHO, 2003).

Como integrante das forças morais mais importantes nos conflitos, essa interdependência impregna as relações entre o governo, o povo e as forças armadas, contribuindo para sustentar o esforço de guerra e para a consecução dos objetivos políticos e militares dos Estados. A partir dessas visões convergentes conclui-se sobre o efetivo papel desempenhado pela mídia como grande influenciadora da opinião pública.

2.3 Mídia e algumas conclusões

Ultimamente a mídia vem se tornando cada vez mais dependente da sociedade, ainda que haja outros modos de visão independentes e que a indústria da mídia esteja ampliando o alcance de suas atividades com o aumento da sua importância econômica e o crescimento do seu poder informal (Nye, 2009).

No século XXI, o crescente papel desempenhado pela mídia, rotulada como Quarto Poder¹⁵, é destacada por Thompson (1998, p.13) ao afirmar que “[...] o uso dos meios de comunicação transforma a organização espacial e temporal da vida social, criando novas formas de ação e interação, e novas maneiras de exercer o poder [...]”.

Sobre aos efeitos da globalização sobre a mídia¹⁶, observa-se as corporações transnacionais organizando e agilizando não somente os meios de comunicação, mas principalmente a maneira como os fatos são interpretados. O que ocorre pelo mundo é divulgado por intermédio dos recursos e das diretrizes das corporações da mídia.

As elites políticas, econômicas, militares e religiosas da sociedade, sabedoras do poder da mídia, procuram os meios de comunicação de massa com intuito de influenciar as

¹⁵ O termo “quarto poder” foi originalmente concebido no séc. XVIII na Inglaterra para se referir ao grande poder da mídia, em comum com os Lordes, a Igreja e a Câmara dos Comuns (MCQUAL, 2000, p. 147).

¹⁶ IANNI, Octavio (2004, p. 266).

atitudes de seus respectivos públicos. Na busca do fundamental apoio nacional e do desejado suporte internacional, os governantes dos Estados beligerantes travam acirrada disputa pelo controle das notícias, pois “interessa a um Estado em guerra fortalecer o consenso em torno de sua própria versão dos acontecimentos” (ALDÉ, 2005, p. 58).

Os veículos refletem um momento da sociedade, conforme nos permite breve análise dos vencedores do Oscar¹⁷ de melhor filme. Desde a primeira edição do prêmio com *Asas* (1929)¹⁸, um drama sobre a 1ª Guerra Mundial (1914-1918), passando por *Sem novidades no front* (1931), *E o Vento Levou* (1940), *Casablanca* (1944), *A um passo da eternidade* (1954), *A ponte do rio Kwai* (1958), *Lawrence da Arábia* (1963), *Patton, rebelde ou herói?* (1971), *O franco atirador* (1979), *Platoon* (1987), *A lista de Schindler* (1994) e *Guerra ao terror* (2010), o cinema foi uma grande arma de influência da cultura ocidental, especialmente da sociedade estadunidense, no mundo. Os roteiros ambientados nas guerras sempre ocuparam lugar de destaque na mídia.

Segundo Thompson (1998), na esfera do entretenimento, a indústria estadunidense, sediada em Hollywood, domina o contexto de produção cinematográfica e de seriados de televisão, divulgando valores, influenciando culturas e modificando hábitos de consumo em todo o mundo.

Paralelamente ao papel desempenhado por aquela indústria, os maiores conglomerados de comunicação¹⁹ também exercem o papel de importantes atores nas relações com a opinião pública, gozando de enorme força tanto no controle como na transmissão do conteúdo da mídia (THOMPSON, 1998).

¹⁷ Os *Academy Awards* (nome original do Oscar) são entregues anualmente em reconhecimento a excelência de profissionais da indústria cinematográfica mundial. É também a mais antiga cerimônia de premiação na mídia (disponível em <www.oscars.or/awards.html>, acesso em 03de jul.2012).

¹⁸ As datas referem-se ao ano em que ocorreram as premiações (disponível em <www.oscars.or/awards.html>, acesso em 03de jul.2012).

¹⁹ TimeWarner, Grupo Bertelsmann, News Corporation de Rupert Murdoch e Fininvest de Silvio Berlusconi (THOMPSON, 1998, p.75).

Nos noticiários, verifica-se, claramente, a atuação das agências internacionais sediadas em Londres, Paris e Nova Iorque conferindo visão ocidentalizada dos fatos noticiados. Desde a 2ª Guerra Mundial, as quatro maiores agências de notícias²⁰ mantiveram suas posições de liderança no sistema internacional de coleta e disseminação de informações. Estes conglomerados mantiveram a desigualdade no fluxo e no conteúdo de informações, provocando uma grande concentração de poder econômico (HERBERT, 2000).

Acompanhando a lógica de mercado, onde tudo pode ser comercializado, governos passaram a contratar firmas de relações públicas devido à maior necessidade de profissionalização do trato de assuntos críticos com a imprensa, além de jornalistas também terem sido pagos para promoverem, dissimuladamente, temas de interesse. Desse jogo comercial decorre a citação: “Quando você faz a mídia feliz, ela não olhará para o resto da história.” (BEELMAN 2001, p. 1).

Os meios de comunicação de massa são poderosos instrumentos de convencimento e de manipulação, sendo, na atualidade, os maiores formadores de opinião, além de disseminadores de comportamentos e atitudes, colaborando, assim, para o processo de massificação da sociedade.

A partir desse raciocínio, pode-se depreender que a mídia tem papel fundamental no processo de massificação social, diminuindo nos indivíduos a capacidade de exercerem o domínio da própria opinião.

Além disso, contemporaneamente, desaparece a distinção entre Estado e sociedade civil, já que ambas as realidades se compenetraram, dando lugar à formação de classe dirigente que, ávida do poder, pode tentar explorar essas fraquezas para manipular a opinião pública.

²⁰ As quatro maiores agências de notícias ocidentais são: Reuters, Associated Press (AP), United Press Internacional (UPI) e Agence France-Press (AFP), são responsáveis pela produção, veiculação e exploração comercial de mais de 80% do conteúdo de notícias internacionais (THOMPSON, 1998; HERBERT, 2000, p.13).

A nova munição é a informação. A correta compreensão dos diferentes mecanismos e linguagens empregados pelos diversos veículos de comunicação é essencial na antecipação da formulação de estratégias a serem empregadas nos conflitos para sensibilizar os públicos envolvidos e gerar as mudanças de comportamentos desejadas.

As gerações mais recentes incorporam rapidamente novos hábitos de consumo de informações, sendo influenciadas pelos padrões de valores disseminados por meio dessas tecnologias.

Mais do que no passado, a mídia digital e instantânea, aqui representada pela convergência de veículos na internet, afeta a opinião pública e, por conseguinte, guia as decisões militares tomadas com base nas tendências apresentadas pela população.

A indústria de mídia anseia pelas notícias e os militares, quando em conflito, tem importante tarefa ao transmitir suas versões dos fatos, evitando que sejam veiculadas versões que tragam consequências negativas ao esforço de guerra.

Em uma era de rápidas transformações, existe a clara necessidade de os atores internos e externos dos Estados estarem atentos às novas tecnologias, que ensejam formatos de comunicação convergentes e universais, e podem mobilizar as pessoas ao esforço de guerra.

3 DO VIETNÃ AO IRAQUE: UMA PERSPECTIVA ESTADUNIDENSE

Os principais conflitos em que os EUA estiveram presentes desde a guerra do Vietnã (1963-1975) até a Guerra do Iraque (2003) representam aspectos reveladores nas relações entre o poder político, a mídia, as forças armadas e a opinião pública estadunidense. É possível observar, baseado nos conceitos apresentados sobre a mídia de massa nos conflitos bélicos, a importância do papel da mídia na formação da opinião pública e como a responsável pela condução das ações políticas e operacionais, tendo como pontos principais de unidade os temores, ainda presentes, da derrota na Indochina e a considerável capacidade de penetração social dos veículos de comunicação de massa.

3.1 A mídia e a Síndrome do Vietnã

Do ponto de vista historiográfico, as guerras manifestam-se em inúmeras situações casuais que podem ser transpostas para diversas e específicas configurações locais. A Guerra do Vietnã é emblemática na história do relacionamento entre a mídia e os militares por ser a primeira da história moderna a ser travada sem censura. Em diversas guerras anteriores, os militares controlaram o acesso e as informações da frente de combates. Entretanto, naquele conflito na Ásia foi facultado o acesso e a transmissão das imagens ao mundo (WAACK, 2009).

Nye (2009) reforça essa tese ao comentar o tumulto interno instalado nos EUA durante o conflito. Uma longa campanha, envolvendo elementos de guerra regular e de guerrilha, ceifava um grande número de vidas de jovens conscritos, compondo os elementos centrais que levaram à perda do apoio popular durante o conflito do Sudeste Asiático, de efeito multiplicador pela cobertura midiática da televisão, que transmitia a violência da guerra diretamente para os lares dos pais desses soldados.

Com o auxílio dos veículos de grande penetração, as imagens do conflito foram transmitidas mundialmente. Como o governo e as forças armadas estadunidenses não possuíam controle sobre a mídia, associada à falta de censura e à evolução dos meios de comunicação, em especial da televisão com transmissão via satélite, a violência do conflito era reportada direta e diariamente para os lares nos EUA (VIDIGAL, 1992).

Durante a Ofensiva do Tet²¹ (1968), que causou a morte de muitos soldados, os detalhes dos combates urbanos provocados pela reação estadunidense foram mostrados sem filtros pela TV nos EUA, causando revolta e indignação da população que, até aquele momento, acreditava que a rendição dos inimigos comunistas estava próxima. Muitas outras imagens emblemáticas do período reforçaram a impressão de que as ações militares não caminhavam bem como o massacre de My Lai²² e o bombardeio com napalm de um vilarejo, ambos com grandes baixas de civis (MAGNOLI, 2009).

A grande liberdade gozada pela mídia, somada à transmissão intensiva pela TV, foram os pilares que permitiram a rápida transposição da guerra e das fortes imagens que a ilustravam aos EUA, minando o apoio da população. Fatos que ocorriam na Indochina vieram a ter destaque na política interna com influência direta na condução da guerra.

Magnoli (2009) sintetizou a guerra e o efeito da mídia sobre o povo estadunidense, concluindo com uma alusão à Síndrome do Vietnã:

A derrota foi construída nas cidades dos Estados Unidos, não nas selvas e montanhas da Indochina. No Vietnã, travou-se a primeira guerra da “era da informação” e as câmeras, os fotógrafos e os repórteres praticamente não encontraram restrições na cobertura das batalhas. O retorno de corpos de soldados americanos mortos, os confrontos urbano do Tet, a matança incessante nas selvas, o massacre de civis inocentes foram transmitidos pela TV, reproduzidos em fotos, narrados em reportagens. A publicidade recebida pelas investigações do massacre de My Lai deveu-se à ação de uma imprensa livre e vibrante. [...] O Vietnã tornou-se uma síndrome política e cultural nos EUA (MAGNOLI, 2009, p.417 e 421).

²¹ Referência ao ataque Vietcongue contra o Vietnã do Sul em jan-fev de 1968, por ocasião do ano novo lunar e que redundou no ataque de diversas áreas controladas com o apoio das tropas estadunidenses. Após o Tet a aprovação popular atingiu apenas 26% (MAGNOLI, 2009; NYE, 2009).

²² Ação de forças estadunidenses contra civis vietnamitas na aldeia de MyLai, fruto de uma investigação que mobilizou a opinião pública nos EUA durante a guerra, fruto de intenso trabalho da mídia (*ibidem*).

Disso resultaram protestos que muito afetaram a opinião pública doméstica, diminuindo o apoio político ao governo. A vitória do Vietnã do Norte e a unificação do país em 1975 foi o golpe final que decretou a derrota da potência nuclear para um inimigo que, atuando sobre o centro de gravidade estadunidense, minou as bases políticas que sustentavam o esforço de guerra (WAACK, 2009).

As consequências são as acusações, por parte dos militares, que responsabilizam a mídia pela derrota estadunidense, tendo isso influído de forma decisiva nos conflitos posteriores. A retirada da superpotência diante de um Estado inferior militarmente ecoou forte na cúpula militar e o relacionamento das forças armadas estadunidenses com a mídia atingiu o auge de sua crise²³.

Esse contexto redundou em um traço característico da sociedade estadunidenses conhecido como a Síndrome do Vietnã, em que o temor da perda do apoio popular numa guerra em face de um grande número de baixas sem perspectiva de atingimento dos objetivos militares e políticos, provocou a paralisia da panóplia militar dos EUA. No cinema e na TV diversos documentários e filmes exploraram essa condição, tais como *Corações e mentes* (1974), *Apocalypse Now* (1979), *Bom dia Vietnã* (1987), *Nascido em 4 de julho* (1989) e muito contribuíram para sedimentar aquele argumento (MAGNOLI, 2009; SILVA, 2010).

Os efeitos da derrota alteraram a forma como as administrações seguintes travaram suas guerras, como no Golfo, nos Bálcãs (1996 e 1999), Afeganistão (2001) e Iraque, onde a Síndrome do Vietnã sempre limitou as decisões. A clara percepção das autoridades estadunidenses quanto à necessidade da obtenção do apoio político doméstico e internacional corrobora com o pensamento estratégico de Sun Tzu, em seus fatores que conduzem à vitória, e também com a análise de Clausewitz, em sua trindade magnífica da guerra.

²³ WAACK, William. Guerras do Golfo. In: MAGNOLI, Demétrio (Org.). **História das Guerras**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2009. p.453-477

Ao longo da história, a mídia foi e continua sendo utilizada como elemento de manipulação da opinião pública. O conflito midiático ocorrido na Indochina permitiu que a pressão exercida pela imprensa livre colocasse o poder político em rota de coalizão com o povo que inicialmente o apoiava. Em que pese o fato da opinião pública nunca se mostrar unânime numa situação de crise militar, o receio da perda da sustentação política por parte do governo estadunidense norteou a decisão de “vietnamizar”²⁴ o conflito a partir de 1973.

3.2 A 1ª Guerra do Golfo e o efeito CNN

Após os marcantes acontecimentos que puseram fim à Guerra Fria (1947-1989), com a conseqüente diminuição da influência da antiga União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) sobre os Estados do Oriente Médio, criou-se clima propício ao início de conflitos locais naquela região do mundo.

Em julho de 1990, tropas iraquianas, por determinação de Saddam Hussein, Presidente e representante da minoria sunita do Iraque, invadiram o Kuwait, alegando antigas reivindicações territoriais. Os EUA reagiram à invasão, mobilizando grande quantidade de tropas na fronteira do Iraque com a Arábia Saudita, como prelúdio da guerra e das diversas resoluções da ONU a favor da aplicação da doutrina de segurança coletiva (KEEGAN, 2005).

O governo e a elite militar dos EUA se prepararam para não repetir os erros cometidos na Guerra do Vietnã, estabelecendo estratégias de condução da mídia de massa durante as operações, de forma a não permitir que o inimigo a utilizasse para influenciar a opinião pública estadunidense (WAACK, 2009).

Durante a preparação da intervenção militar, o Presidente George W. H. Bush (1989-1993) foi à TV e definiu claramente os objetivos da guerra para a sociedade

²⁴ A vietnamização do conflito foi fruto dos Acordos políticos de Paris em 1973, que estabeleceram a retirada das tropas ocidentais. Ainda que o Governo dos EUA apoiasse o Vietnã do Sul com o emprego de bombardeios, a saída das tropas estadunidenses enfraqueceu a posição sulista que se rendeu em 1975 (Nye, 2009, p.165).

estadunidense, identificando Saddam Hussein como oponente da liberdade e o líder de uma “força do mal”, além de ter anunciado que a estratégia seria baseada em uma guerra rápida, o que angariou o apoio político necessário à ação militar (KEEGAN, 2005).

Por sua vez, Saddam Hussein usou a imprensa estrangeira que cobria a crise a partir de Bagdá para difundir a ideia de que o Kuwait era, historicamente, uma província iraquiana. Buscava assim legitimar a anexação do país vizinho, por meio da força, para o povo iraquiano e para a opinião pública internacional, em especial os Estados árabes. Pouco antes do início dos bombardeios da coalizão, ele permitiu a veiculação de imagens em que recebia estrangeiros em audiência. A mídia ocidental interpretou o ato como uma ameaça dissuasória, onde as pessoas seriam usadas como escudos humanos. Aumentando-se, portanto, o consenso mundial sobre a legitimidade da reação armada à invasão (WAACK, 2009).

Keegan (2005) mencionou que a Guerra do Golfo foi amplamente transmitida ao vivo pelos canais de TV. Os telespectadores ao redor do planeta puderam assistir a imagens de mísseis atingindo alvos em terra e aeronaves decolando rumo às suas missões. Cenas noturnas eram abundantes e as explosões que se seguiam eram acompanhadas por descrições narrativas que enfatizaram a precisão das modernas armas da coalizão.

Vidigal (1992) também ressaltou a guerra cirúrgica²⁵ e precisa, em que somente os alvos militares foram alvejados e quase não há sangue:

A precisão dos bombardeios aéreos foi um fator relevante na Guerra do Golfo não só porque os alvos selecionados foram destruídos, mas, também importante, porque isso era feito praticamente sem afetar a população civil, tirando de Saddam Hussein a principal arma com que contava para exacerbar os sentimentos de árabes e muçulmanos contra os países da coligação e para alimentar o pacifismo de significativos segmentos da sociedade dos países ocidentais. A alta tecnologia usada contribuiu para afetar a condução política da guerra (VIDIGAL, 1992, p.39).

²⁵ A tecnologia empregada nos novos armamentos proporcionou, de fato, uma redução dos danos colaterais impostos a civis e do número de baixas aliadas, mas cenas diurnas de resultado equivocados dos ataques da coalizão foram raramente mostradas.

O conceito massificado dos ataques cirúrgicos legitimou o apoio da opinião pública mundial. A hipereposição das imagens pelos canais de notícias 24 horas favoreceu o aparecimento de uma teoria que veio a ser denominada “efeito CNN”²⁶.

O “efeito CNN” é uma alusão ao surgimento e desenvolvimento dos canais de notícias 24 horas a partir dos anos 1980, liderados pela rede estadunidense e outras que vieram no esteio da evolução dos sistemas e redes de comunicação mundiais. Apesar dessas origens, o termo geralmente se refere a uma ampla gama de mídia em tempo real, e não é exclusiva para a CNN ou mesmo para os canais 24 horas de notícias a cabo (MCQUAIL, 2000).

A extensão, profundidade e velocidade das novas mídias globais, cuja cobertura de saturação de eventos como os protestos da Praça da Paz Celestial (1989), a queda do Muro de Berlim (1989), a 1ª Guerra do Golfo (1991), e a Batalha de Mogadíscio (1993), obtiveram ampla divulgação, sendo acompanhados ao vivo por todo o planeta. Devido a essa influência, durante a crise do Golfo Pérsico (1990-1991), a opinião pública mundial manteve-se com percepção de estar bem informada (ALDÉ, 2005).

Ao permanecerem no Iraque após o início da campanha aérea da coalizão, os jornalistas da rede de notícias televisivas estadunidense transmitiram²⁷, em tempo real, os bombardeios, passando uma versão dos fatos favorável à coalizão. Mesmo diante da censura imposta pelos militares iraquianos, foi a única das redes ocidentais a noticiar o conflito, ao vivo de um hotel em Bagdá, naqueles dias que antecederam à invasão terrestre (KEEGAN, 2005).

²⁶ Referência ao efeito de divulgação mundial de imagens, ao vivo, ao longo da Guerra do Golfo, pela rede estadunidense CNN (*Cable News Network*).

²⁷ O equipamento que permitiu o enlace de voz com a sede da CNN em Atlanta-EUA era composto de um rádio transmissor-receptor conectado, via cabo, com antenas de transmissão via satélite localizadas no deserto que não foram destruídas pelos intensos bombardeios das forças de coalizão (Ao vivo de Bagdá - HBO filmes, 2003).

Como efeito da cobertura parcial efetuada somente pela mídia ocidental, raramente eram questionados os acertos dos mísseis, mencionando apenas que os objetivos eram importantes alvos militares iraquianos. Os repórteres, mesmo os que se encontravam próximos às áreas de combate, não gozavam de total liberdade para transmitir suas matérias, devendo essas ser previamente aprovadas pela cúpula militar encarregada da censura às notícias (WAACK, 2009).

Segundo WAACK (2009), na versão do governo, a censura visava a preservar a segurança de informações sensíveis, cuja divulgação pudesse comprometer a segurança das tropas envolvidas. O controle positivo sobre os elementos da mídia cerceou, no entanto, o teor das notícias. Há relatos de que não foi autorizada a presença de repórteres em locais onde ocorreram eventos que possivelmente não contribuiriam positivamente para a imagem das forças da coalizão, sendo a circulação de jornalistas positivamente controlada pelos militares, em franca oposição ao que ocorreu no Vietnã.

Ricks (2006) comenta que as informações eram filtradas nas coletivas de imprensa por membros do alto escalão das forças da coalizão, estabelecendo-se nova forma de noticiar a guerra. As transmissões dos acontecimentos em tempo real transformaram os telespectadores em soldados, na medida em que os mesmos testemunhavam, ainda que no conforto de seus lares, as ações no Oriente Médio.

O rígido controle da mídia de massa, exercido pela estrutura de comunicação social montada pelos membros da coalizão, foi favorecido pela ausência de um contraponto nas transmissões sob a perspectiva iraquiana, o que mudaria nos anos seguintes com a criação de redes árabes de comunicação, em particular a Al Jazeera.

A Guerra do Golfo foi o primeiro grande conflito armado em que os EUA se envolveram com o emprego massivo de suas forças armadas após a Guerra do Vietnã, onde a mídia e a opinião pública tiveram papel relevante nas causas da derrota. Deste modo, foi dada

a elas especial importância durante o conflito do Golfo. O estrito controle exercido sobre os veículos da mídia de massa contribuiu para o esforço de guerra estadunidense ao não permitir que assuntos sensíveis, possivelmente contrários à opinião pública doméstica e internacional, pudessem ser veiculados.

3.3 De Bagdá a Nova Iorque

Nye (2000) mencionou que a manutenção de Saddam Hussein como presidente e a não ocupação de Bagdá em 1991 foram decisões políticas criticadas amplamente pela mídia internacional. No âmbito doméstico, entretanto, foram manipuladas pela administração estadunidense que temiam a reação negativa do povo, com a possível diminuição do apoio no caso de uma ocupação longa, dispendiosa e com muitas baixas, o que viria a ocorrer doze anos mais tarde.

O cessar fogo no golfo pérsico permitiu que inspetores de uma comissão da Organização das Nações Unidas (ONU) destruíssem as facilidades de produção de armas de destruição em massa existentes no Iraque. A divulgação da existência dessas instalações e da capacidade iraquiana de constituir arsenal nuclear, biológico e químico foi amplamente utilizada como instrumento da política de contenção que se seguiu na década posterior ao conflito e foi a principal alegação para justificar a destituição de Saddam (KEEGAN, 2005; WAACK, 2009).

Ao assumir a presidência dos EUA em 2001, George W. Bush (2001-2009) criticou o envolvimento do antecessor, Presidente William J. Clinton (1993-2001), no processo de paz do Oriente Médio, deixando entrever uma política externa mais isolacionista. Oito meses depois da posse, na manhã do dia 11 de setembro de 2001, ocorreu uma catarse²⁸, sob o ponto de vista da mídia de massa, com a opinião pública mundial assistindo ao vivo pela

²⁸ Efeito de um trágico ou violento acontecimento que expurga as emoções da audiência e a deixa sem reações tamanho o impacto que lhes causam (MCQUAIL, 2000, p. 492).

TV as imagens de um avião colidindo com a segunda torre do complexo do *World Trade Center* em Nova Iorque, após a primeira torre já se encontrar em chamas (KEEGAN, 2005).

A rede terrorista transnacional *Al Qaeda*, liderada pelo saudita sunita Osama Bin Laden (1957-2010), foi imediatamente acusada de ser a responsável pelos ataques. Com esta ação altamente midiática, os terroristas conseguiram atrair o foco da opinião pública mundial por meio de um planejamento extremamente eficiente e clara compreensão dos mecanismos da mídia. Os quatro aviões suicidas que deixaram mais de 3.000 mortos nos EUA alteraram radicalmente a política externa estadunidense, trazendo a luta contra o terrorismo ao primeiro plano da administração (SILVA, 2010).

Passada a perplexidade inicial, teve início nos EUA frenética campanha nacionalista, explorando o medo de novos ataques e a defesa da liberdade como valor inegociável. A liderança política explorou rapidamente a indignação de seu povo, canalizando-a para desencadear rápida resposta à agressão sofrida. Nos discursos políticos e nos noticiários surgiram as expressões de forças do “bem” e do “mal” e a ideia de confronto entre democracia e fanatismo (RICKS, 2009).

A opinião pública estadunidense foi levada a crer na necessidade de abrir mão de direitos civis, a fim de garantir sua segurança face ao terrorismo, com o Congresso Nacional aprovando o Ato Patriótico²⁹. Os neoconservadores republicanos assumiram uma posição hegemônica na formulação da política externa de Bush após o 11 de Setembro de 2001. São intelectuais, ativistas e funcionários de alto escalão que, ao contrário do que se popularizou, representam correntes de pensamento que passaram a se organizar e influenciar a sociedade americana pregando a utilização da vasta panóplia militar estadunidense em várias partes do mundo (WAACK, 2006; SILVA, 2010).

²⁹ Decreto de novembro de 2001, no qual as agências do governo federal dos EUA passaram a ter autorização legal para utilizar tecnologias de monitoramento e rastreabilidade de qualquer forma de comunicação que pudesse ser interpretada como potencial ameaça ao país (RICKS, 2006, p.22).

O conflito em si é de suma importância, mas a guerra midiática travada pelo governo estadunidense para justificar a invasão e convencer a opinião pública doméstica e internacional acerca da legitimidade é que deve ser analisada mais detalhadamente. Não é a guerra relâmpago normalmente desferida pelas potências militares que está em pauta, mas sim a utilização da mídia para influenciar a comunidade internacional e legitimar atos de um Estado que esconde interesses econômicos e um histórico de política externa caracterizada pelo imperialismo (RICKS, 2006).

A manutenção de uma posição de influência junto à opinião pública estadunidense no contexto da guerra contra o terrorismo é objeto de análise, buscando utilizá-la para a legitimidade³⁰ dessa espécie de conflito, violento e assimétrico por natureza (LOCK, 2004).

Quando o Presidente George W. Bush discursou à Assembleia Geral da ONU em 2001, disse que o mundo deveria se unir contra todos os terroristas, não só contra alguns deles: “Nenhuma aspiração nacional, nenhuma lembrança errada jamais poderá justificar o assassinato de inocentes”. Logo após os atentados e a promessa de uma guerra global contra o terrorismo, a popularidade de Bush atingiu seu maior índice³¹.

Apesar de não ter conseguido amplo apoio externo, nos EUA os discursos e as ações do presidente surtiram efeito e grande parte da população estadunidense passou a defender e a apoiar a invasão, por acreditar na existência de armas de destruição em massa no Iraque e no suposto apoio dado por Saddam à rede terrorista Al Qaeda (KEEGAN, 2005).

As imagens do 11 de setembro ultrapassaram em muito o poder ficcional de Hollywood e, ao mostrarem perda espetacular de vidas civis de cidadãos de sessenta Estados distintos, abalaram toda a opinião pública global. A decisão de invadir o Iraque e forçar uma

³⁰ A legitimidade descrita e obtida na presunção normativa dos EUA e do sistema de valores democráticos, e de maneira preventiva empregar força por vezes desproporcional (LOCK, 2004, p. 67)

³¹ A popularidade do Presidente Bush saltou de 55% para 92% entre o início do mandato e os atentados de 11 de setembro. A queda nos índices de popularidade foi lenta após os atentados, apresentando novos picos com a invasão do Iraque e a tomada de Bagdá, quando os índices apresentaram 72% de aprovação (RICKS, 2006, p. 134).

mudança de regime teria sido adotada pelos neoconservadores no governo dos EUA no dia seguinte aos ataques terroristas em Nova Iorque e Washington (WAACK, 2009).

A relação de apropriação midiática gerada por eventos de grande repercussão como os atentados terroristas mostram o fenômeno cada vez mais intenso de hiperexposição global de imagens através dos veículos de comunicação de massa. Os conglomerados de comunicação associados à convergência da internet tiveram importante contribuição na legitimação das ações de resposta que seguiram os ataques aos EUA.

3.4 Iraque: missão cumprida?

O papel mais importante imputado à mídia na Guerra do Iraque, não se refere propriamente à cobertura das ações, mas sim ao período que precedeu à invasão. Contextualizando historicamente, os EUA haviam sido atingidos pelos ataques terroristas apenas dois anos antes, e como reação, um movimento de teor conservador havia emergido na política e ditava as políticas interna e externa estadunidense.

As tentativas estadunidenses de justificar a ofensiva contra o Iraque não encontraram respaldo no direito internacional, nem tampouco nas resoluções da ONU. A invasão, também conhecida como Operação “*Iraqi Freedom*”³², tem início em 20 de março de 2003, sendo levada a efeito por uma coalizão³³ composta, em sua maioria, de militares estadunidenses e britânicos.

A fim de novamente evitar a Síndrome do Vietnã e não transmitir a impressão de fraqueza deixada quando da não retirada de Saddam Hussein do poder na Guerra do Golfo, o Poder Político se precaveu. Demandou às Forças Armadas o planejamento de uma campanha

³² A Operação Iraque Livre foi estabelecida dentro do que viria a ser conhecido como doutrina Rumsfeld ou Choque e Pavor, em alusão ao intensivo uso de tecnologia associado aos bombardeios de precisão. Um fato determinante para o sucesso da operação foi a identificação do CG em Bagdá, a despeito das longas linhas logísticas e das possíveis resistências locais (RICKS, 2006; WAACK, 2009).

³³ A coalizão de forças internacionais contou com a participação de poucos países além dos EUA e Reino Unido, como a Austrália, Espanha e a Polônia, “já que os aliados de 1991 não quiseram emprestar seu apoio” (KEEGAN, 2005, p. 165).

rápida, que minimizasse o número de baixas aliadas, e que houvesse o controle da mídia durante as ações para que esta desempenhasse novamente o papel tranquilizador e legitimador do efeito CNN ocorrido no Kuwait (SILVA, 2010).

A mensagem passada à opinião pública reforçava a estratégia de um conflito limpo e tecnológico, e que avassalador poderio aéreo seria empregado de forma a reduzir o poder combatente do inimigo, facilitando a campanha terrestre subsequente. Os ícones desta guerra seriam as armas inteligentes³⁴ e as aeronaves *stealth*³⁵, que deveriam fazer com que o número de baixas fosse mínimo e restrito ao pessoal militar (KEEGAN, 2005).

Durante as poucas semanas de invasão, jornalistas foram embarcados junto com os militares das forças de coalizão, compondo de maneira neutra as unidades de combate e logísticas. Esse procedimento visava reparar as fortes críticas feitas pela imprensa ocidental sobre o rígido controle de censura imposto em 1991 (RICKS, 2006).

Com as novas tecnologias disponíveis, a quantidade de imagens aumentou e os produtos fornecidos à mídia foram fascinantes para as agências de notícias e audiências. Com o filtro imposto, porém, as notícias eram mais superficiais. A imagem da derrubada da estátua de Saddam em praça pública foi cuidadosamente preparada por especialistas em mídia, tal qual uma produção cinematográfica (WAACK, 2009).

Em 1º de maio de 2003, o Presidente Bush, a bordo do navio-aeródromo USS Abraham Lincoln, navegando nas proximidades do sul da Califórnia, realizou um discurso que ficou conhecido como o discurso da missão cumprida³⁶. Apesar de a frase não ter sido dita por ele, uma faixa com os dizeres encontrava-se presa na ilha³⁷ do navio, em clara alusão ao

³⁴ Entre outras armas, estavam as bombas capazes de corrigir a trajetória, assim como os mísseis, utilizando-se de métodos tecnologicamente avançados como GPS (sistema de posicionamento global via satélite), iluminação a laser e infravermelho de alvos, entre outros (Keegan, 2005; Magnoli, 2009).

³⁵ Desenhadas e construídas com materiais e tintas que minimizam a sua detecção, possuindo uma pequena seção radar como assinatura, e, a partir da reflexão ou absorção de ondas eletromagnéticas, as aeronaves ficam praticamente invisíveis aos sistemas de defesa antiaérea.

³⁶ *Bush's Mission Accomplished speech* (apud RICKS, 2006, p.145).

³⁷ Estrutura mais alta em relação ao convés de voo que concentra, entre outros compartimentos, o passadiço e torre de controle de aeronaves.

sentimento de vitória. Ricks (2006, p. 145) mencionou um trecho que demonstra o claro esforço de legitimação da guerra: “A batalha do Iraque é uma vitória na Guerra ao Terror [...] As buscas por armas químicas e biológicas já foram iniciadas em vários locais suspeitos [...]”.

O conflito em questão foi marcado pelos discursos na mídia global, que atua na frente de batalha com poder de veto, pois exerce influência decisiva na opinião pública internacional. Em diversos pronunciamentos, o Presidente Bush concitou a opinião pública internacional a legitimar a invasão do território Iraquiano, ignorando a soberania do Estado, sob o pretexto de neutralizar armas químicas e biológicas (SILVA, 2010).

Alguns meses depois da invasão, constatou-se que Saddam não possuía armas de destruição de massa. Também não foram encontradas evidências do suposto vínculo do governo iraquiano e a rede *Al Qaeda*. Os canais árabes, contrários à invasão, exploraram exaustivamente esses fatos. O importante contraponto representado pela *Al Jazeera* trouxe o efeito CNN para o lado oposto ao dos EUA e dos membros da coalizão (SILVA, 2010).

A campanha no Iraque, que teve forte apoio inicial nos EUA, não encontrou eco similar nas audiências estrangeiras. Após a invasão, e com o reconhecimento pela administração Bush de que a decisão fora tomada a partir de informações falsas e não comprovadas, verificou-se queda na popularidade do governo e o apoio popular ao conflito foi muito reduzido. Com isso, a legitimidade da operação foi questionada e o governo perdeu força (GUTIERREZ, 2004).

Waack relata, durante a reorganização política, econômica e social do Iraque, o impacto que imagens de abusos cometidos por soldados dos EUA:

A mesma revolução da informação que reescreveu como comandantes podem ter noção do que acontece no campo de batalha permitiu que o mundo inteiro soubesse, através de fotos tomadas por aparelhos celulares, das sevícias, abusos, torturas e maus-tratos que carcereiros americanos infligiam a prisioneiros iraquianos. E o mesmo tipo de política de abertura protagonizada pelos americanos no Iraque, permitindo o que Saddam jamais tolerara – o livre acesso à TV a cabo – facilitou aos iraquianos informar-se sobretudo pelos canais árabes críticos à invasão (WAACK, 2006, p.476).

O impacto político da divulgação das imagens dos abusos na prisão de Abu Ghraib³⁸ foi muito grande, tanto no campo interno como perante a opinião pública mundial, conforme noticiou a revista britânica *The Economist* (08/05/04) ao exibir uma foto de um prisioneiro torturado na capa. A repercussão do fato obrigou o Presidente Bush a se retratar inclusive em dois canais de TV influentes do mundo árabe, onde repudiou os atos e os associou a atitudes isoladas de alguns militares que seriam punidos (ECONOMIST, 2004).

Em tempos de alta tecnologia, miniaturização e forte globalização, pequenos aparelhos pessoais passaram a poder comprometer severamente o desenrolar de toda uma campanha militar. A atual portabilidade das comunicações passa a requerer novos procedimentos mais rigorosos de controle de imagens e maior conscientização das tropas em cumprir os regulamentos (WAACK, 2009).

Esses fatos permitem concluir que, em 2003, tendo em vista as questões de legitimação do conflito, houve uma preocupação especial em mostrar fatos do conflito que fossem favoráveis à coalizão. Algumas medidas de censura impostas, como a proibição da veiculação de imagens com o transporte dos caixões de soldados dos EUA mortos após as ações no Iraque e no Afeganistão, apesar de muitas críticas, demonstram a clara compreensão da liderança política estadunidense de quando em guerra não alimentar a discórdia em sua sociedade.

³⁸ Complexo de prisões de triste lembrança aos iraquianos, outrora utilizado por Saddam para detenção e tortura dos opositores do regime e que foi palco dos episódios de abuso mencionados (WAACK, 2006, p.476).

4 CONCLUSÃO

A evolução dos meios de comunicação tem trazido aos lares os cenários de guerra, influenciando a opinião da população a respeito dos conflitos. Atualmente, é possível acompanhar os confrontos praticamente de dentro do campo de batalha, com jornalistas e militares atuando lado a lado.

Os meios de comunicação de massa são poderosos instrumentos de convencimento e de manipulação, sendo, na atualidade, os maiores formadores de opinião, além de disseminadores de comportamentos e atitudes. Sua compreensão é fundamental para manter o suporte da opinião pública nos momentos de crise.

Com o advento de novas tecnologias e com o incremento da capacidade e da velocidade de disseminação de imagens ao redor do mundo, a atividade de comunicação social ganhou um papel sem precedente no seio da opinião pública mundial, afetando diretamente governos, principalmente aqueles envolvidos em conflitos militares.

Nas perspectivas de Sun Tzu e Clausewitz, o povo como integrante das forças morais mais importantes nos conflitos justifica a interdependência de relações entre o governo, as forças armadas, a opinião pública e a mídia, contribuindo para a consecução dos propósitos políticos das guerras, tendo em vista que, sem o apoio popular, as possibilidades de êxito são comprometidas.

Ao noticiar os conflitos com relativo grau de liberdade, em oposição à pressão dos interesses comerciais e dos governos através de medidas reguladoras e de censura, sobrevém uma imprensa capaz de influenciar a opinião pública com fatos imparciais.

A manipulação do povo pode ser combatida através da constituição de uma imprensa livre e pluralista que contribua decisivamente para a formação de um poder nacional forte e uma sociedade civil consciente dos seus deveres com o Estado.

A atuação profissional no controle das notícias na 1ª Guerra do Golfo e na Guerra do Iraque, por parte do governo dos EUA, demonstrou que os erros cometidos na Indochina foram bem compreendidos. O relacionamento quanto à liberdade de atuação da imprensa no campo de batalha foi sensivelmente mais restritivo, visando minimizar os efeitos negativos da Síndrome do Vietnã.

Os novos conceitos empregados como as entrevistas coletivas cuidadosamente elaboradas por militares, a pré-seleção de jornalistas autorizados a visitar a linha de frente do combate, e à censura das matérias, foram ferramentas fundamentais na orientação da cobertura midiática nos conflitos do Oriente Médio.

A evolução tecnológica, em especial a convergência digital, e os efeitos da globalização, que trouxe as corporações transnacionais de mídia, tiveram ação direta sobre o modo de agir dos Estados, dos militares e dos cidadãos. Os grandes conglomerados e agências de notícias divulgam e controlam parte significativa do conteúdo da mídia mundial e podem induzir a opinião pública durante períodos de conflito.

Ao abordar a atuação da mídia de massa e as profundas transformações nas comunicações, verifica-se a clara necessidade dos Estados considerarem todos esses movimentos que podem rapidamente mobilizar a opinião pública, para quem o trabalho de construção de imagem positiva das instituições pode ser destruído rapidamente pela divulgação instantânea de imagens e notícias das redes digitais.

A capacidade dos meios de comunicação continua a crescer em poder e efetividade à medida que a tecnologia avança. As ações da mídia cada vez mais decidirão as condições onde ocorrerão os conflitos do amanhã. A partir das lições históricas e da realidade evidente nos conflitos analisados, os condutores das guerras devem estar conscientes de que a mídia de massa tem influência relevante sobre a opinião pública e, por conseguinte, precisa ser orientada para não comprometer o esforço de guerra dos Estados.

REFERÊNCIAS

- ALDÉ, Alessandra. A mídia e a Guerra do Iraque. **Revista Marítima Brasileira**, Rio de Janeiro, v.125, n°. 01/03, p.57-68, 1º trim. 2005.
- BARBOSA, Maria Lúcia Victor. **Considerações sobre o Quarto Poder**. 27 jul. 2002. Disponível em: <<http://www.olavodecarvalho.org/convidados/0217.htm>>. Acesso em: 03 jul. 2012.
- BEELMAN, Maud S. The dangers of disinformation in the war on terrorism. Nieman Foundation for journalism at Harvard University. **Nieman Reports Review**. 2001. Disponível em: <<http://www.nieman.harvard.edu/reportsitem.aspx?id=101451>>. Acesso em: 20 jul. 2012.
- BOBBIO, Norberto *et al.* **Dicionário de política**. Tradução de Carmem Varriale. 12. ed. Brasília: UnB, 1999. 2 v.
- BONANATE, Luigi. **A guerra**. São Paulo: Estação Liberdade, 2001. 175 p.
- CLAUSEWITZ, Carl von. **On war**. Tradução para o inglês de Michael Howard e Peter Paret. 2.ed. Princeton: Princeton University Press, 1984. 732 p.
- FRANÇA, Júnia Lessa; VASCONCELLOS, Ana Cristina de. **Manual para normalização de publicações técnico-científicas**. 8.ed. rev. e ampl. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2007. 255 p. (Aprender)
- FREUND, Julien. **Sociología del conflicto**. Madri: Ed. Ejército, 1995. capítulos 1, 2 e 3.
- GUTIERREZ, Miren.. The 'Prop-Agenda' at War. **Inter Press Service**. 24 jun. 2004. Disponível em <<http://www.ipsnews.net/interna.asp>> Acesso em: 27 jun. 2012.
- HERBERT, John. **Journalism in the digital age: theory and practice for broadcasting, print and on-line media**. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2000. 349 p.
- HOWARD, Michael. **Clausewitz**. Tradução do CMG (RRM) Luiz Carlos Nascimento e Silva do Valle. Oxford: Gráfica da Universidade de Oxford, 1983. 70 p. Disponível em <www.egn.mar.mil.br/arquivos/cepe>. Acesso em: 13 mar. 2012.
- IANNI, Octavio. Mídia, política e hegemonia. In: SANTOS, Theotonio dos (Coord.). **Globalização: dimensões e alternativas**. Hegemonia e Contra-hegemonia Vol.2. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2004. p.262-274.
- KEEGAN, John. **A guerra do Iraque**. Tradução Laís Andrade. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército Editora, 2005. 287 p.
- LOCK, Peter. Transformações da guerra: a dominação da violência reguladora. In: DOS SANTOS, Theotonio (Coord.). **Globalização: dimensões e alternativas**. Hegemonia e Contra-hegemonia Vol.2. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2004. p.64-82.

LUCAS, Rubens Murilo de. Guerra, cinema e ideologia. **Revista do Clube Naval**. Rio de Janeiro, n. 349, p.28-31, 1º trim. 2009.

MAGNOLI, Demétrio. Guerras da Indochina. In: _____. **História das guerras**. 4.ed. São Paulo: Contexto, 2009. 391-423 p.

MCNEILLY, Mark. **Sun Tzu e a arte da guerra moderna**. Tradução de Luiz Carlos do Nascimento Silva. 2.ed. Rio de Janeiro: Record, 2004. 412 p.

MCQUAIL, Denis. **Mass communication theory**. 4th ed. Londres: Sage Publications Ltd, 2000. 542 p.

NYE, Joseph S. **Cooperação e conflito nas relações internacionais**. Tradução de Henrique Amat Rêgo Monteiro. 7. ed. São Paulo: Ed. Gente, 2009. 369 p.

RICKS, Thomas E. **Fiasco: the american military adventure in Iraq**. Londres: Penguin Books Ltd, 2006. 482 p.

_____. **The Gamble: General David Petraeus and the American military adventure in Iraq, 2006-2008**. Londres: Penguin Books Ltd, 2009. 394 p.

SECUNDA, Eugene; MORAN, Terence P. **Selling war to America: from the Spanish American War to Global War on Terror**. USA: Praeger Security Intl, 2007.

SILVA, Francisco Carlos Teixeira. Terrorismo e guerra na era da assimetria global. In: SILVA, Francisco Carlos Teixeira; CHAVES, Daniel Santiago (Org.). **Terrorismo na América do Sul**. Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2010. p. 9-69.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social de mídia**. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

TZU, SUN. **A arte da guerra**. Tradução: Ana Aguiar Cotrim. 1.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002. 336 p.

VIDIGAL, Armando Amorim Ferreira. A Guerra do Golfo, uma análise político-estratégica e militar. **Revista Marítima Brasileira**. Rio de Janeiro, v.112, n.º 1/3 e 4/6. p. 15-54. jan./ mar. e abr./ jun. 1992.

WAACK, William. Guerras do Golfo. In: MAGNOLI, Demétrio (Org.). **História das Guerras**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2009. p.453-477.

_____. America in Iraq: now what? **The Economist**, Londres, v. 371, n. 8.37, p.21-22, Apr. 2004.

_____. Iraq: Resign, Rumsfeld. **The Economist**, Londres, v. 371, n. 8.374, p.11-12, May 2004.

_____. America and Iraq: remind me how I got here. **The Economist**, Londres, v. 371, n. 8.377, p.11-12, May 2004.

ESCOLA DE GUERRA NAVAL

C-EMOS 2012

A MÍDIA E A OPINIÃO PÚBLICA NOS CONFLITOS:
do Vietnã ao Iraque, uma perspectiva estadunidense

Rio de Janeiro

2012

C-EMOS 2012

A MÍDIA E A OPINIÃO PÚBLICA NOS CONFLITOS:
do Vietnã ao Iraque, uma perspectiva estadunidense

Monografia apresentada à Escola de Guerra Naval,
como requisito parcial para a conclusão do Curso de
Estado-Maior para Oficiais Superiores.
Orientador: C-EMOS 2012

Rio de Janeiro

Escola de Guerra Naval

2012